

汽车周刊



新民网汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第 835 期 | 2020 年 8 月 26 日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

汽车业增加值7月增速创三年来最高

国家统计局日前发布我国汽车制造业有关经济运行数据:7月工业增加值同比增长21.6%。国家统计局工业司副司长江源对此解读称“装备制造行业生产明显加快,汽车等行业尤为突出。7月汽车制造业增加值同比增速加快8.2个百分点,为2016年四季度以来各月最高水平。”江源还评说“7月汽车日均产量7.3万辆,同比增长26.8%,系2016年四季度以来最高日均增幅。”

增加值持续四月提升

7月汽车制造业增加值同比增速,已经是今年4月起连续第4个月增长,并且增幅逐月提升,4月5.8%、5月12.2%、6月13.4%,7月增速高过全国规模以上工业增加值增速(4.8%)16.8个百分点。汽车制造业月度累计增加值随复工复产有序推进,降幅加快收

窄,1-7月终于迎来由负转正,同比增长1.1%,并好于全国规模以上工业增加值增速。

汽车业增加值增速创新高,得益于今年新能源汽车在7月首次实现正增长,增速36.7%;也得益于7月乘用车生产首次攀上13.2%的两位数增长。商用车的贡献更是卓著,生产大幅度增长,7月重卡和中卡迅猛异常,分别飙涨121.44%、116.02%,1-7月累计增速也均超过30%。

汽车制造业投资也趋于改善,1-7月同比下滑19.9%,较上半年和一季度分别收窄1.0和7.3个百分点。

助力社消品降幅收窄

7月,乘用车销售166.5万辆,同比增长8.5%。其中,新能源乘用车8.9万辆,同比增长28.7%;居新能源车销量之首的特斯拉Model3达1.1万

辆。作为大额类商品,汽车零售的增长,为改善社会消费品同比增速,起到了一般商品无可替代的作用。

7月,汽车类商品零售额3308亿元,同比增长12.3%,为2017年以来次高增速(最高值为2019年6月)。数据显示,该月除汽车以外的全社会消费品零售额为28894亿元,同比下降2.4%。加上该月汽车类商品零售额,则全社会消费品零售总额为32203亿元,同比下降至1.1%。可见,7月份社会消费品零售总额降幅之所以能收窄1.3个百分点,有汽车类商品零售业绩的功劳。

1-7月,社会消费品零售总额204459亿元,同比下降9.9%。除汽车以外的社会消费品零售额184890亿元,同比则下降9.7%。1-7月,汽车类商品零售额19569亿元,尽管同比仍下降11.6%,但还是为社会消费品零

售总额降幅收窄了0.2个百分点。

此外,有两个数据支持和佐证7月汽车类商品零售明显好转的形势。一是财政部《7月财政收支情况》显示,1-7月车辆购置税收入1899亿元,同比虽然下降11.3%,但其中7月应为324亿元,是今年单月的最高值,环比增长2.9%,同比增长15.7%。二是央行上海总部《7月份上海货币信贷运行情况》显示,该月人民币个人汽车消费贷款增加14亿元,同比多增29亿元。

利润向好前景不会变

汽车制造业1-7月利润总额数据尚未出炉,可以肯定的是,前7月利润向好的前景不会改变,四个因素支撑上述预判。

一是1-7月利润总额同比基数低。上年1-7月利润总额是2822.4亿

元,其中7月利润是全年月度中最低的一个月。

二是1-7月汽车产量和工业增加值,已有4个月的持续增长;1-7月工业增加值累计数实现了正增长,为同期利润向好提供了较好的基础。

三是汽车出厂价格指数(PPI),7月环比回升至正增长0.1%,同比收窄至-0.4%;1-7月与上半年一样持平,由前5月的-0.6%收窄至0.5%,这不仅扭转了今年以来降幅持续扩大的趋势,而且明显跑赢了全国大盘(工业生产者PPI-2.4%)。

四是汽车制造业利润降幅继续收窄的态势不会改变。上半年较一季度大幅收窄59.5个百分点,其中,17家重点车企(集团)大幅收窄54.5个百分点。两个“大幅收窄”将会持续。

张伯顺

降价频自损沃尔沃豪车地位堪忧

沃尔沃汽车新款S90近日发布上市。令人咋舌的是,上市仅几天,在上海区域的4S店内,这款新车售价优惠已接近10万元,与现款车型优惠相当。旗舰车型的价格溃败,再加上被迫应对当下愈演愈烈的价格战,沃尔沃旗下S60、XC60等终端售价也一同失守。“七折沃”成了其雅号,也折射出沃尔沃的重重品牌危机。

然而,巨额让利未必总能打动人心。今年6月,S90的全国销量仅为3150辆,与去年同期相比下降两成。不少车主投诉的车子发动机噪声大、有共振现象、动力表现差、售后保养价格昂贵等问题,以及二手车保值率连年创新低,这些成了沃尔沃S90销售不旺、江湖地位不断下降的重要原因。可惜的是,有不少车主还反映:出了问题,沃尔沃的相关部门最爱踢皮球,“没有豪华品牌的腔调”。

也难怪,毕竟沃尔沃一直宣称的是“安全即豪华”。但是,安全真的就可以算是豪华?众所周知,安全不过是一辆车的基本要素,众多汽车品牌在这方面技术更新从未有所保留。从被动安全配置来讲,S90与同属一二线豪华品牌阵营的竞争对手们相近,车身钢架结构、安全带、气囊数量等没有特别突出的卖点。

沃尔沃自认与众不同的地方,是Pilot Assist和City Safety。然而,有媒体报道,前不久,美国高速公路安全保险协会曾将特斯拉Autopilot、日产ProPilot、凯迪拉克Super Cruise以及沃尔沃Pilot Assist做了对比测试,最终结果显示,无论是系统本身的技术水平、使用便捷性还是接管反应速度,沃尔沃的表现最差。与此同时,驾驶辅助系统早已不是豪华品牌的卖点,本田、丰田等主流汽车品牌也推出了拥有专属名字的驾驶辅助系统,在中国市场,不少自主品牌的高端产品也实现了L2级别的自动驾驶。另外,沃尔沃兄弟品牌领克的最新车型领克06,同样也配备了Pilot Assist。在这方面,沃尔沃确实没有值得炫耀的前沿装备。而对于City Safety系统,沃尔沃的技术稳定性也有待提高。今年年初,因AEB(自动紧急制动系统)存在隐患,沃尔沃全球召回约74万辆汽车,而AEB正是沃尔沃City Safety城市安全系统的重要组成部分。

讽刺的是,作为安全带的发明者,沃尔沃上个月因安全带问题召回220万辆车。这个宣称“安全即豪华”的品牌,却因安全隐患屡屡召回,安全性能让人如何信任?建立在此基础上的所谓豪华,又该从何谈起?对所谓的豪华汽车品牌商品来说,为求销量而急吼吼地不断降价探底,如此没有腔调,无异于自证其伪,同时也会对现有车主造成多重伤害。

白诚

二手车市场“疫”后求变

新冠肺炎疫情让各行各业遭受了前所未有的冲击,然而危与机并存,挑战之下二手车市场蕴藏着重大的发展机遇。蓄势待发多年的中国二手车流通业有望迎来从量变到质变的历史性时刻。

短期出现回落

上半年,二手车行业面临客流下降、销量下滑、车源减少、资金压力增大等挑战。中国汽车流通协会数据显示,上半年全国二手车市场累计交易量551.64万辆,同比降幅19.61%。中国汽车流通协会表示,7月份是汽车行业的传统淡季,交易量将环比下降2.82%、同比下降1.9%至119万辆。

与此同时,7月份二手车经理人数指数持续位于荣枯线以下,为今年3月份以来最

低——仅40.7%。调查显示,53.4%的二手车经理人认为7月份二手车市场总需求“减少”,近二成二手车车商表示7月份资金流通情况下降30%以上。

销路不畅让大部分二手车商倍感压力。数据显示,国内二手车经销商7月份库存周期15天以内的企业仅占13%,15-30天的企业为46.6%,而库存周期30天以上的企业由6月的33.6%,增长为40.4%。7月的平均库存周期为34.9天,较6月份增加了2.2天。目前二手车车商们在资金投入方面比较谨慎,基本上只收畅销的热门车型,市场中在售的有半数以上还都是年前收回的车辆。

长期仍然看好

不过,随着国内疫情防控

形势持续向好,生活秩序正在逐步回归常态,汽车消费以及二手车交易正在全面恢复,相信下半年疫情稳定之后,二手车市场将重新洗牌,迎来一波拐点,市场长期看好。

国家统计局数据显示,截至2019年末,全国汽车保有量为2.54亿辆,仅比美国少了2000多万辆,而二手车交易量与之相比却少了2500万辆,充分预示着我国二手车市场具有巨大的成长潜力。而在二手车出口方面,政府接连出台鼓励政策,2019年共出口二手车3036辆,出口总额1486.3万美元,数量虽不大,但意义深远。另外,为打破二手车行业发展瓶颈,二手车经销商增值税减至按0.5%征收。

应该说当前二手车市场政策营商环境越来越好,二手

车市场发展的基础已经具备。

面临重大变革

虽然疫情给二手车市场和企业经营带来了冲击,但新政策、新需求、新技术、新营销也为二手车市场创造了历史性的发展机遇。

随着政策限制的逐步移除,二手车市场高速发展的基础条件已具备,经营主体结构不断完善,多种模式衔接和并存的生态圈逐渐形成,随着汽车租赁、汽车金融、出行服务、网约车等多种消费模式的快速成长,二手车车源开始出现集中供给,一些围绕车源分销、服务的企业开始出现,衍生业务的开拓抵消了市场增速放缓的不利影响,百强二手车交易市场规模持续放大,“物业型”市场向服务型、信息化、多元化市场转型是大势所趋,与此同时,税收调整促使二手车市场进入“大玩家”时代。

李永钧

车迷有福 全球首家AMG体验中心落户中国



全球首家AMG体验中心上周在浙江国际赛车场揭幕,为高性能汽车和跑车爱好者开启了前所未有的AMG沉浸式体验之旅。同时,全新梅赛德斯-AMG CLA 45 4MATIC+及CLA 45S 4MATIC+也宣布上市,售价分别为55.98万元和59.98万元。此外,“梅赛德斯-AMG GT 24小时体验活动”也于8月14日-27日在绍兴火热开启。两款四驱AMG新车搭载了细分市场最强劲的量产四缸发动机,输出功率分别高达387马力和421马力。

全球首家AMG体验中心,集品牌、产品与赛道体验于一身。在这里,AMG车主、高性能汽车及跑车爱好者可以全方位、沉浸式体验到AMG专业的赛道驾驶培训、精彩的车型信息、创新及先进的造车技术以及源自“性能豪华”的生活方式。

余音

广汽蔚来首推生态服务会员

广汽蔚来创始人廖兵日前在北京表示,广汽蔚来将成为全球范围内首家软硬件一体化的智能出行生态服务企业,将通

过打造全新“硬件+AI OS+生态服务会员”的商业模式。

此次,广汽蔚来上线了全新CAN AI OS智能服务系统;推出

了全球首个汽车生态服务体系,即Smart,Ultra,Value三个生态服务会员标准(SUV)。廖兵现场公布了广汽蔚来007的

BOM单,此举为全球首例。包括广汽蔚来007整车所有硬件制造和研试、制造、物流环节的全部造价,并宣布硬件综合利润不会高于1%,如有超出的部分,将超出部分返还给用户。

江美

