

# 汽车行业：车到山前必有路

一问：

## 市场饱和了吗

本报记者 杨忠阳

尽管汽车价格一降再降，但库存依旧高企，销售数据也明显放缓。由中国汽车工业协会发布的汽车行业成绩单显示，我国上半年生产汽车1209万辆，同比增长2.6%；销售汽车1185万辆，同比增长仅1.4%，产销增速创2008年来的新低。

曾经炙手可热的汽车为何一下不好卖了呢？目前，业内对市场增速下滑有较多分析，比如，汽车市场经过多年高速增长已进入“换挡期”、宏观经济形势不尽如人意、过往几年限购传言导致市场透支等。这些分析貌似有一些道理，但又不是十分精准。其实，在正常的情况下，影响市场的主要力量还是在于供给和需求的关系。

先看供给方面。《经济日报》记者根据一汽、东风等12家主流车企发布的产能规划整理得出：2015年这12家车企的产能为3350万辆；再按照剩下的50多家非主流车企2014年产量占这12家车企产量8%的比例，推算出剩余企业的产能约为260万辆。两者相加，2015年我国汽车产能预计为3610万辆左右。显然，这一数字已远远大于年初中汽协最乐观的新车销量预期，即2500万辆。

事实上，自2009年中国一跃超过美国，成为全球汽车产销第一大国以来，跨国车企基于对中国市场的乐观预期，2012年前后明显加大了在华投资力度。目前，这些工厂正陆续建成投产。更值得关注的是，有些厂家还在大量扩产。比如，一汽-大众上半年宣布，将在天津、青岛等地建新工厂，北京现代的四工厂、五工厂上半年也分别在沧州、重庆奠基。按照这样的扩产速度，未来5年内，我国汽车产能还将处于快速释放中。

再看需求方面。数据显示，截至2014年底，我国汽车千人拥有量为105.83辆，这一数字不仅远低于欧美发达国家水平，而且还低于世界平均水平。与此同时，随着人们生活水平的不断提升，换购消费升级需求也不小。显然，这为我国新车市场增长留下了巨大的想象空间。

问题在于，作为一种使用能源的交通工具

具，汽车市场的真实需求，不仅受消费者经济实力支撑，同时也受到消费环境制约。随着各大城市汽车保有量的快速上升，不少城市道路交通拥堵、环境污染等问题日益严重，以及由此引发的北上广深等城市限购影响，中国汽车市场的年平均增速已经从2000年至2010年的24%降至2011年至2014年的7%，汽车市场有效消费需求明显放缓。

业内专家表示，即使今年销量达不到2500万辆，也不必太悲观。因为我国已经连续6年成为全球最大的汽车市场和第一汽车生产大国，仅去年就有2300多万辆，占全球总量的27%。如此大的基数，能有增长就不错了。曾经的世界第一汽车大国美国，用了100多年时间才达到年销量1700万辆的历史最高点。而我国汽车销量从200万辆到2000多万辆，仅仅用了10多年，就像一个人跑快了，减速、喘口气也正常。“中国汽车市场没有到顶，汽车市场增长速度由中高速增长转为低速增长的转折点应为总保有量4亿辆左右。”中汽协常务副会长兼秘书长董扬表示，当前汽车业积极向上的基本面并没有产生大变化，不过刚性需求的客观存在和汽车使用环境的外在制约将使得高基数、微增长成为车市新常态，从而倒逼中国汽车产业实现从量到质的新跨越。

截至2014年底，我国汽车千人拥有量为105.83辆，远低于欧美发达国家水平

## 自主品牌为何逆袭

本报记者 杨忠阳

在车市低迷、增速放缓的大背景下，今年上半年，一汽-大众、上海通用等主流合资企业期中考“不及格”，有的甚至出现大幅下滑，但不少自主品牌车企却逆市而上，成为一道亮丽风景。

作为自主品牌的两面旗帜：今年上半年吉利汽车销量达25.2万辆，同比增长35%；长城汽车销售41.53万辆，同比增长19.56%。而在6大汽车集团中，除了一汽-大众、5家汽车集团旗下的自主品牌乘用车均呈现上升态势。其中，长安汽车自主品牌乘用车销量为54.88万辆，同比增长40%，其自主业务已占集团总销量的“半壁江山”。来自中国汽车工业协会的数据表明，今年上半年，自主品牌乘用车销量418.46万辆，同比增长14.6%，市场份额41.5%，比上年同期增长3.5个百分点。

自主品牌何能逆市而“上”？有分析认为，首要原因在于各自主品牌及时调整产品结构，抓住了SUV这一细分市场。今年上半年，SUV销量266万辆，同比增长超过45%，市场份额超过轿车的一半。而自主品牌SUV销量高达41.77万辆，同比增长92.8%，市场份额53.3%，比上年同期增长12.9个百分点。

其次，培育出了不少明星产品。今年上半年，吉利帝豪销量突破10万辆，同比增长56%；而长安CS35与CS75也分别售出8万多辆。“自主品牌汽车之所以能够扭转市场份额持续下跌的颓势，实现逆袭，关键还是产品上来了。”吉利总裁安聪慧表示，汽车行业竞争非常激烈，最关键的竞争体现在你的产品有没有竞争力。

此外，产品品质也有了较大程度提升。J.D.Power亚太公司发布的2014年新车质量研究结果显示，2014年各自主品牌总体新车质量平均为131个PP100（每100台新车中出现的问题及故障率），而2013年为155个PP100。其中，广汽传祺、启辰、纳智捷等6个自主品牌的新车质量研究结果高于主流市场的平均水平。

告别曾经的高速增长，汽车行业迎来了价格下跌、销量下滑、需求下降的新时期。即便如此，整个行业也不乏亮点：自主品牌逆市而上、新能源汽车异军突起、智能互联汽车亮相不俗。值此汽车产业行进在机遇与挑战并存的关键期，四问汽车行业，问题何在，路在何方——

三问：

## 经销商怎样转型

本报记者 刘瑾

2015年过半，“官降”、“不及格”、“减压”、“补贴”……这些上半年车市关键词的背后是汽车行业库存预警指数已连续3个季度红灯高挂。

对于大部分经销商面临的库存高企、经营困难等问题，虽然部分整车厂通过降低销售目标、降价等方法施以援手，但对于经销商而言，无疑是杯水车薪。

事实上，从去年开始汽车经销商已在经历一次前所未有的倒闭潮。为了保证渠道稳定，整车厂在“安抚”经销商上已暂时形成了一致——办法是整车厂拿出一部分利润对经销商进行补贴。从去年开始，宝马、奥迪、捷豹路虎都陆续对经销商给出了巨额补贴。然而，要想真正走出低谷，经销商自己也要转变过去单纯依靠新车销售实现盈利的经营理念，将商业模式逐渐向汽车后市场转移。

调查显示，在一个完全成熟的汽车市场，汽车整车销售利润大约占整个汽车行业利润的20%，零部件销售占20%，而汽车后市场的利润则占到整个产业链的60%。商务部国际贸易经济合作研究院消费经济研究部副主任赵萍据此表示，今年上半年车市形势不太好，未来也很难重现连续多年超10%的高速增长态势，因此经销商应更注重开拓汽车后市场服务消费带来的盈利空间。

汽车服务消费体现在哪些方面呢？比如，汽车装饰、改装，现在有很多人喜欢旅游，所以汽车改装需求比以往大幅增加。而旅游市场的增长，特别是深度游的增长，对汽车的改装要求就会更高。另外，租车、专车等，都属于汽车服务消费，而在“互联网+”背景下用户对汽车服务也有了新需求，上半年比较热的是通过O2O服务方式，使很多人不用出门就



未来车市很难重现高速增长态势，因此经销商应更注重开拓汽车后市场服务消费

### 2015年上半年，我国——

生产汽车1209万辆

同比增长2.6%

销售汽车1185万辆

同比增长1.4%

### 自主品牌成功逆袭——

乘用车销量418.46万辆

同比增长14.6%

市场份额41.5%

### 自主品牌SUV销量——

总共达141.77万辆

同比增长92.8%

市场份额53.3%

### 新能源汽车表现抢眼——

产量达7.6万辆

同比增长2.7倍

销量达7.3万辆

同比增长2.4倍



各自主品牌及时调整产品结构，抓住了SUV市场。今年上半年，SUV销量266万辆

四问：

## 汽车行业如何做强

本报记者 刘瑾

一面是价格下滑、库存增加、需求量上升势头减弱，一面是交通、环境、安全、能源压力越来越大，难道汽车已成为夕阳工业吗？未来，汽车行业将驶向何方？中国国际贸易促进委员会汽车分会会长王侠认为，汽车技术的变革和功能的延伸为全球汽车产业提供了新引擎，当前新能源汽车、智能互联汽车的快速崛起，正在成为汽车业发展新方向。

在国务院近日印发的《中国制造2025》中，汽车产业作为典型的制造业被列入重点突破的领域之一。此后工信部根据这项政策，解读中国汽车行业4个发展方向为：纯电动汽车和插电式混合动力汽车、燃料电池汽车、节能汽车和智能互联汽车，这将大大加快我国汽车业转型升级步伐。

今年上半年，我国汽车产销增速呈逐月下降态势，汽车行业面临较大下行压力。不过，得益于国家政策的扶持，新能源汽车销量表现十分抢眼。来自中汽协的数据显示，今年1月至6月份，我国新能源汽车产销分别达到7.6万辆和7.3万辆，同比分别增长2.7倍和2.4倍。有专家表示，今年全年我国新能源汽车销量有望突破20万辆。

更重要的是，制约新能源车发展的充电难问题，也在逐步得到解决。继多地出台有关充电设施建设的规定之后，我国《电动汽车充电基础设施指南》和《充电基础设施建设指导意见》也将于近期发布。分析人士认为，《指南》和《政策》将对建设充电桩的主体、进入标准、维护、建设流程、建设范围、收费标准等问题进行明确，从而更好地促进社会资本加速进入充电桩行业，以解决充电桩数量少、充电难等问题。随着新能源汽车保有量的提升，充电设施建设的举措在接力单一财政补贴的同时，显然有利于实现多元支撑和长远发展。对此，安信证券有关负责人表示，未来3年，新能源汽车销量年均增长率有望达到100%以上。

站在“互联网+”的风口上，智能汽



当前新能源汽车、智能互联汽车的快速崛起，正在成为汽车业发展新方向