

理性备战 2014 年

车企产销规划  
陆续亮相

本报讯 跨入新的一年,各大车企2014年销量目标日前纷纷亮相,各车企在2014年备战的路径也逐渐清晰。

2014年上海通用销量目标锁定在160万辆,仅增长6.6%。增速不仅低于上海通用去年的水平,甚至可能低于乘用车市场的平均增幅。

2014年长安福特锁定的销量目标为79万辆,增幅为15.7%。从整体销量布局可以看出,长安福特2014年的销量增长将重点依托翼虎和新蒙迪欧。但大规模召回之后,翼虎是否还能持续热销,成为考验长安福特的一道难题。

2014年长安马自达再次对10万辆的目标发起冲击,增幅将达到40%。今年虽有产能补充和新车加码,但面临激烈的市场竞争和日系车不稳定的非市场因素,实现10万辆目标比较困难。

北京现代2013年成功突破100万辆销量门槛,达到103.08万辆。2014年,北京现代的目标销量是110万辆,属于稳中有升。

广汽本田2014年销量目标将超过50万辆,增速近15%。为支撑该销量目标,今年广汽本田将导入4款新车,这在广汽本田过去15年在华发展历史中绝无仅有。虽然广汽本田声称2014年强势回归,但很难说广汽本田已经完全实现了在市场上的正式回归,除了加速产品导入外,广汽本田要做的是还有很多。

江淮2014年乘用车销量目标为21.9万辆,增速41.74%。在轿车市场,江淮轿车销量已经连续两年下降,今年呈现出品类向小型SUV和悦S30的推出值得深度关注与期待。

2014年北汽自主品牌乘用车销量目标为37万辆,增速85%。虽然完成85%的增长目标有困难,但今年除了原有产品外,2013年年底上市的BJ40也有8000辆的排产计划,再加上今年计划上市的C50和C60,北汽完成37万辆的年销量目标值得期待。

2014年奇瑞销量目标为36万辆。2014年艾瑞泽7的营销将是奇瑞的重点工作之一,现有的519家经销商也将有20%被淘汰。如果今年上市的几款新产品能够延续艾瑞泽7和瑞虎5良好的市场表现,那么奇瑞2014年的销量将很有可能实现触底反弹。

长城汽车2014年销量目标为88万辆,增速16.71%。长城汽车无疑是2013年国内汽车市场的大赢家。从今年目标来看,16.71%的目标低于2013年21%的增幅。此外,今年预计投放的多款新车和2013年底上市的哈弗H8都会给长城增加不少的销量,所以长城定下的目标有些保守。

比亚迪2014年预计55.5万辆左右,增速10%左右。比亚迪今年将推出5款新车型,包括双模混动SUV车型“唐”,高端SUV S7,小型MPV M3,新款F3,思锐2.0T和全新A+级轿车G5。从2011年告别高增长后,比亚迪在制定销量目标时趋于冷静,今年10%左右的增长目标有些保守。

丰田中国定下的2014年在华销量目标为110万辆,为史上最高,同比增长20%。2014年汽车市场整体增幅将较2013年有所下降,市场波动因素仍笼罩在日系品牌头顶,这样的预期太乐观。

PSA2014年在华销量目标上升至65万辆,增幅约18.2%。其中,东风标致销售目标为34.5万辆,东风雪铁龙销售目标为30.5万辆。为完成目标,将有多款新车推出。近年来PSA一改在华保守形象,转守为攻,陆续将多款车型引入中国市场,2014年14款车型的扩容可见其对中国市场的重视。(文岩)

因产销下降所致

天津一汽夏利去年预亏5.3亿元

本报讯 天津一汽夏利汽车股份有限公司日前公布了2013年度业绩预告。预告显示,从2013年1月1日至12月31日,公司净利润预计亏损4.3亿元至5.3亿元,而上年同期则盈利3420万元。

公告指出,公司业绩下降的主要原因是公司参股的天津一汽丰田汽车有限公司产销量同比下降,导致其向本公司贡献的投资收益较去年同期下降。同时,为应对国内汽车市场消费升级、经济型轿车竞争激烈出现负增长的影响,该公司加速产品升级步伐,主动进行产品结构调整,提升品牌形象,关停了部分老夏利产品,产销经营亦受到了一定影响。(肖捷)

俄罗斯车市发展放缓  
伏尔加汽车将大幅裁员

本报讯 据俄罗斯媒体报道,俄企伏尔加汽车公司日前宣布,今年将大幅裁员7500人,约占其员工总数的11%,目的是削减成本开支,改善公司金融状况。

伏尔加汽车首席执行官波·安德森称,经济停滞影响了俄罗斯汽车市场,因此必须在竞争中保持盈利。

据了解,过去三年俄罗斯新车销量平均增长为2%,去年下跌5.5%至278万辆。欧洲商业协会预计2014年俄罗斯轻型车销量将再度小幅下滑至273万辆。其中,拉达品牌下降15%至45.6万辆,跌幅超过整体车市水平。

为了支持陷入困境的汽车行业,俄罗斯政府最近宣布计划在2016年之前的三年中为俄罗斯汽车制造商补贴2710亿卢布。(子烽)

2013年国内汽车产销好于预期,为2014年的汽车市场奠定了一个高起点,车企只有对未来的挑战和机遇了然于胸并及早应对,才能在错综复杂的竞争中立于不败之地

## 2014 车市的危与机



张海岩/东方IC

■ 李永钧

2013年国内车市走势虽然一波三折,但整体上呈现复苏势头,产销量恢复到两位数以上增幅,开启了新的增长周期。刚刚到来的2014年,汽车市场又将怎么样?是继续小步快跑还是裹足不前,成为业内关注的话题。

## 两位数增长可期

回望过去的一年,在姗姗来迟的“汽车三包”出台、限购蔓延、“节能3000元补贴”等諸多利好、利空政策的相互作用下,2013年国内汽车产销好于预期,这无形中也给2014年的汽车市场奠定了一个高起点。

多数业内人士认为,2014年,中国车市作为驱动中国产业经济发展重要引擎的地位仍将不变。乐观地说,只要中国经济仍保持7%左右的增势,汽车产业继续实现两位数增长就可期待。

业界普遍乐观主要基于两点:一是国内经济平稳增长预期带来的消费信心;二是国内汽车消费刚性需求依然旺盛,许多人仍渴望拥有自己的第一辆汽车。而竞争带来的新车选择增多以及汽车价格的下探也将进一步刺激消费需求的释放。2014年这一现象还将继续维持。

另一个普遍认同的观点是,汽车市场主要在东部沿海地区,东部沿海地区2001~2008年汽车市场增长速度非常快。但是从2009年到现在5年时间,增长速度最快的是中部地区,包括河南、河北、湖南、湖北、江西、安徽、山西、内蒙古等省自治区。

2014年中国汽车市场的增长力正在从省会、省中心城市向二三线城市,或者三四线释放。

有调研机构称,来自三四线城市的消费者将占中国未来一年内计划购车的消费者总数的68%。

在此前召开的十八届三中全会上,“新型城镇化”成为关键词。在一线城市市场容量逐

渐饱和,交通拥堵愈演愈烈,限行限购渐成趋势之际,这一政策导向无疑将为汽车行业带来新的发展机遇。

越来越多的车企将增量目标瞄准二三线,甚至是三四线城市的增长。可以预见的是,未来一年中,三四线城市的购买潜力将快速释放,新增购车需求的比重将快速提高。

与此同时,三四线城市不断涌现的新富阶层,也同样可以带动当地高档品牌汽车的需求。从这个意义上讲,外资品牌中级车和高档车产品,同样会在城镇化过程中分得很大一杯羹。

另外,日系车企的集体复苏,汽车召回、“三包”的实施、新能源汽车补贴政策出台等一系列充满“正能量”的政策,有力地促进了汽车消费。

按照业内专家的预测法则,车市增速一般与当年GDP成正比,理性的车市增幅是当年GDP的1.5倍。照此预测,2014年乘用车市场仍将以10%左右的年均速度增长,并且这个增速会保持3年。

## 形势更加复杂多变

尽管2014年车市依旧会“策马奔腾”,但是也会无限波折。2014年中国车市形势将比以往更加复杂多变。

各地政府尤其是特大城市遭遇的环保、拥堵压力日益显现。汽车企业的扩产能正面临大中型城市汽车双限数量增加的考验。

继上海、北京、广州市之后,2013年末天津市也加入乘用车限购行列。而在新的一年,我国将会有更多的中东部省会城市陆续加入双限行列,深圳、杭州、成都、石家庄、重庆、青岛、武汉、大连等8个城市均存在实施限购的可能性,数据显示以上8个城市限购政策一旦实施,将造成当地汽车销量25%左右的下降,直接减少汽车销量40万辆左右。

2014年限购的城市可能会增多,而限购的节奏现在还不确定。这个节奏主要包括一是限购城市的数量,二是出台的时间,三是政策限购的程度。未来,限购将越来越“突如其来”,而且每一个城市的限购都会拉动其他城

市的连锁抢购潮,短期内将出现过热的情况,这种“非理性”的抢购也将是2014年车市的一个潜在增长点。但从长期来讲,限购对于市场是一个负面的打击。透支未来的消费,打乱正常的市场需求的节奏,对发展汽车市场提出了挑战。

“双限”政策对车市影响,长期看是一种限制力,而短期看又是一种刺激力。给汽车企业带来的常常是“内分泌”紊乱,为了赢得眼下市场份额,企业竞相扩大产能、增投新品,产销量暴涨后接踵而至的必将是产能过剩和消化不良。

另外,市场的逐渐饱和、产品日益的同质化与交叉性等复杂多样的因素,将有可能成为车市这匹骏马驰骋路上的诸多绊脚石。可以说,随着产销量的迅速提升,豪华进口车企、合资车企、自主品牌车企的市场压力也与日俱增。特别是在越发细分的市场中,各方车企产品线向下一级品类的下探,高品质高配置产品的价格下探等现象不断涌现,2014年车市江湖的激烈竞争、比拼的“血雨腥风”不会少。

有业内人士告诫,在新车产销规模基数越来越庞大的背景下,中国车市未来增长趋缓将是一个中长期的命题。受善变的汽车政策、不均衡的区域经济等因素影响,汽车销量的确存在着太多的变数,随时可能出现过山车般大起大落。

## 把握两主线布局

当前业界一个普遍的认知是,要重演2001年到2008年年均30%以上的增幅几乎不可能。在大环境无法改变的情况下,车企能做的,就是抓住一切可能催生新增市场份额的机会。车企需要把握两条主线来进行布局。

一是节能减排,发展新能源汽车。汽车尾气排放作为重要污染源之一,需要尽快防治。推广新能源汽车是必然趋势。对于乘用车,目前市场上最被人接受的是以日系车(丰田)为代表的混合动力技术和以美系车为代表的纯电动技术。结合目前中国的现状,发展混合动力技术更实用经济。对于商用车,发展混合动

力和天然气是未来几年的主流选择。

另外,排放标准升级是减排的必然要求。

由于交通环境和能源危机等一系列客观原

因,汽车消费在受到政策和环境约束的同时,也为那些积极应对环境变化,提供更环保和节能、更智能汽车配置的制造商提供了难得的历史性机遇。

根据政府规划,2015年和2020年我国乘用车平均燃料消耗量需分别降至6.9升/100公里和5.0升/100公里的目标,这两个标准比目前油耗标准提高幅度很大,必将大大推动节能与新能源汽车的商业化进程。更小型更节油的传统汽车,纯电动、混合动力汽车,以及搭载更多车联网应用的智能汽车,都将迎来更多市场机遇。而这类市场机遇的诞生,是政策和环境双重作用下的必然结果。但排放标准升级需要一个缓慢长期的过程,需要油品等配套设施的完善。与欧美相比,我国目前排放标准要求较低,而全国范围雾霾持续出现,更需要加快升级步伐。由于商用车尤其中重卡对环境的污染更为严重,因此中重卡排放标准升级需要尽快实施。

二是建设汽车强国,关键就是要在核心零部件领域能有自主研发的领先技术。遗憾的是,目前无论在发动机还是变速箱领域,中国零部件行业都没有自己的核心领先技术,长期受制于国外。汽车产业作为技术密集型产业,只有掌握了核心技术,并不断创新,才能在世界竞争格局中获利。而要想在核心零部件上取得突破,有两种思路:一由国家和企业联合自主研发,这条路耗时耗力、困难较多,但一旦成功意义重大;另外一条路就是通过收购兼并实现,但由于国外政府对核心技术同样会有保护,难度更大。虽然各种途径都有困难,但这是国内零部件企业成长的必由之路。

可以预见到的是,2014年将开启一个产

品力制胜与企业品牌制胜的新时期,汽车企

业应当从过去过分重视产销量转向提升品

质。另外,二三线市场渠道下沉早已成为

业内共识,谁能率先掌握,就能在未来赢得

市场。

## 汽车进出口难言乐观

■ 文 岩

在经历了前几年的高增长之后,2013年我国汽车进出口全面缩水。进口方面,1-11月进口累计达107.1万辆,同比仅增长2.2%,低于去年同期13.2%及全年9.1%的增长。出口方面,全年总体出口低于100万辆,为97.73万辆,比上年下降7.5%。展望2014年汽车进出口市场,利空因素依旧,形势难言乐观。

由于2013年中国进口汽车市场格局已步入深度结构调整时期,2014年进口汽车市场将进一步回归理性增长。预测2014年中国进口汽车市场仍将延续“增速放缓、结构调整”的市场格局,全年销售增长7%左右。同时,由于行业库存压力较大,2014年需要消化2013年延续下来的1~2个月的非正常库存量,进口量增速也将有所回落。此外,进口汽车市场的供需结构、品牌结构、车型结构、渠道结构、厂商关系等都将面临深度调整。2014年,政策对市

据新华社电 (记者林小春)在美国,儿童乘坐汽车出行必须使用安全座椅,否则家长将被重罚。为进一步加强儿童出行的安全性,美国国家公路交通安全局日前开始征集公众意见,拟要求儿童安全座椅具有侧撞保护能力。

美国国家公路交通安全局认为,以后在美国销售、针对体重在18公斤以下儿童设计的安全座椅必须通过侧撞测试,证明在侧撞过程中,它能够避免儿童的头部撞到车门而受伤,同时减少对儿童头部与胸部的冲击力。

美国国家公路交通安全局在征集公众意见后,将进一步修改形成定案,随后给予安全座椅生产厂商3年的适应调整时间。

据新华社电 (记者林小春)在美国,儿童乘坐汽车出行必须使用安全座椅,否则家长将被重罚。为进一步加强儿童出行的安全性,美国国家公路交通安全局日前开始征集公众意见,拟要求儿童安全座椅具有侧撞保护能力。

美国国家公路交通安全局认为,以后在美国销售、针对体重在18公斤以下儿童设计的安全座椅必须通过侧撞测试,证明在侧撞过程中,它能够避免儿童的头部撞到车门而受伤,同时减少对儿童头部与胸部的冲击力。

美国国家公路交通安全局在征集公众意见后,将进一步修改形成定案,随后给予安全座椅生产厂商3年的适应调整时间。

地局势动荡。此外,日元贬值厉害,日系车大幅度降价也是影响因素。

2014年,除了全球经济不景气、人民币升值、出口国政局不稳定及目标国贸易壁垒之风愈演愈烈等外部原因外,中国自主品牌汽车出口在产品结构、品牌、业务能力等方面存在的问题并没有改变。中国自主品牌向海外出口的产品主要为低端小排量汽车。但目标国的市场容量有限,目前这一细分市场已呈现饱和状态,中高端市场则仍被欧、美、日、韩品牌所掌控。数据显示,中国汽车出口均价为1.2万美元至1.3万美元,而韩国为2.2万美元,日本为3.2万美元。如果照此发展,今年汽车出口肯定会受到较大影响,大部分企业或将很难完成出口目标。

再从市场层面来看,今年如原材料价格上涨,出口优势下降,都将对汽车出口市场带来不小的挑战,所以依靠出口拉动销售量的可能性不大。今年全年出口难越百万辆大关,甚至将可能出现负增长。

据新华社记者 张毅 王敏

据中国汽车工业协会最新统计,2013年国产汽车产销首次突破两千万辆大关,创全球历史新高,并连续5年蝉联全球第一。国产汽车产销突破一千万辆,用了半个世纪,而从一千万辆到两千万辆,仅仅用了4年时间。这一增长速度在世界汽车发展史上,简直就是一个奇迹。

## 中国汽车社会来得太快

国产汽车产销突破两千万辆大关之际,全国不少城市大面积被雾霾笼罩,空气质量重度污染。汽车排放的尾气是雾霾形成的重要原因之一。全国600多个城市几乎都存在程度不同的交通拥堵,越来越多的大城市已经或正在酝酿推出汽车限行、限购措施。汽车保有量增长过快,已经对环境和交通带来极大压力。

清华大学汽车产业与技术战略研究院院长赵福全博士表示,中国汽车年销量从几万辆到1700万辆,用了一百多年时间,而中国从2001年的两百多万辆到2013年

的2200多万辆,仅仅用了十几年时间。中国的汽车社会来得太快,各方面都还没有做好准备。

中国汽车拥有量增长过快

根据公安部交管局发布的数据,截至2013年10月底,我国机动车保有量为2.5亿辆,其中汽车1.35亿辆,其余是摩托车。1.35亿辆汽车减去俗称农用车的1500万辆低速货车,1.2亿辆汽车保有量中,私人拥有的汽车超过8500万辆,比10年前增长了13倍。最近两年,私家车以年均1400多万辆的速度迅猛增长。

过去10年,大中城市汽车保有量增长更

快。2003年,全国仅有北京汽车保有量超过百万辆;到2013年,全国有29个城市的汽车保有量超过百万辆,北京、天津、成都、深圳、上海、广州、苏州、杭州等8个城市超过200万辆。北京汽车保有量已经超过500万辆,居全国第一。

汽车保有量的快速增长,带来了燃油供应压力、交通拥堵压力和空气质量压力。

如何处理好汽车与社会、汽车与环境、汽车与行人之间的关系,成为中国进入汽车社会后,所必须处理的重大关系。然而遗憾的是,这几大关系处理得并不好,以致在一些大城市,已经车多为患。

中国汽车社会来得太快

## 未来十年还会较快增长

中国汽车保有量达到1.2亿辆,千人拥

有量约为89辆,这一水平与全世界平均千人146辆的水平,还有不小差距。

中国一些特大城市,千人汽车拥有量已