

一季度上市车企晒业绩:忧多喜少

质检总局:
儿童乘车安全保护措施误区较明显

据新华社电(记者徐庆松)质检总局日前发布了“中国城市居民使用儿童安全座椅现状调查结果”。调查结果显示,儿童在乘车出行时安全保护措施误区较为明显,60.6%的儿童在乘车时仅仅由大人看管,37.3%的儿童乘车时佩戴过成人安全带。

质检总局执法督查司司长严冯敏说,我国儿童安全座椅使用率较低。调查发现,儿童通过乘坐家庭汽车参与到道路交通环境中的比例正逐步增加,但是儿童安全座椅的使用率较低,60.2%的儿童每周都会乘坐家庭汽车出行。使用过儿童安全座椅的家庭比例为19.7%,对儿童最近一次出行的调查结果显示,仅有12.1%的儿童使用了儿童安全座椅。

严冯敏认为,儿童安全座椅受关注度较高。虽然儿童安全座椅目前使用率较低,但家长们普遍关注儿童安全座椅,并有意向购买儿童安全座椅。调查结果显示,92.8%的家长对儿童安全座椅产品有所了解;有81.9%的家长认为儿童乘车有必要使用儿童安全座椅。

严冯敏表示,儿童安全座椅产品使用误区较多。通过问卷调查,多数家长是按照说明书和标签提示使用儿童安全座椅,但仍存在明显的使用误区。在使用过儿童安全座椅的家庭中,6.7%的家长曾将儿童安全座椅安装在副驾驶位置上,24.9%的家长没有检查过儿童安全座椅安装的是否紧固,没有检查过儿童安全带是否紧固的家长占比为43.6%,44.6%的家长对不正确使用儿童安全座椅可能存在的安全隐患不了解。

济南豪沃客车公司
召回266辆问题校车

本报讯(记者丛民)因存在使用缺陷及安全隐患等问题,中国重汽集团济南豪沃客车有限公司日前决定对该公司生产的黄河牌校车实施召回。此次召回的校车为2013年4月至2014年11月生产销售的国Ⅲ校车两款车型(QK6560DXA3、JK6560DXAQ3),共计266辆,主要销往湖南、湖北、江西、安徽、山东、黑龙江等六省。

据了解,此次召回车辆主要集中在三个方面的问题:一是产品、配套产品中个别质量不合格现象,可能导致个别车辆出现故障。如转向管柱出现一例加工超差现象,影响了黑龙江大庆市一辆校车的正常使用,维修后已彻底解决。二是装配过程虽有层层监控把关,但仍有个别疏忽现象。如ABS线束由于装配过程中预留长度不足,车辆长期运行后线束可能断裂。三是售后服务虽然体系完善,网络有所控制,但存在个别信息沟通不畅,存在服务拖延、滞后等现象。

据济南豪沃客车有限公司负责人介绍,企业已组成30多人的服务团队,包括售后服务、技术和质量工程师等人员,分成10多个小组,奔赴各省对所有拟召回范围内车辆进行逐一排查、登记,确定维修项目和实施时间、地点。同时,积极与国家质检总局沟通,具体召回工作计划和方案近日出台。

“高科技”盗窃手段频现
遥控车锁存隐患

本报讯 据中国汽车质量网消息,目前越来越多的汽车制造商都为旗下车型配备了无钥匙系统,以便遥控车锁,这样车主可以通过手中的遥控钥匙来开关车门。该功能在为车主带来便利的同时,也存在很大的安全隐患。

近日,网络上流传着一种叫做“汽车信号干扰器”的产品,这种产品为一种信号发射装置,能够模仿车主遥控钥匙的信号。通过使用此种设备,窃贼可以轻松控制汽车遥控系统,从而窃取车内财物,甚至直接将车辆盗走。

面对这一隐患,在汽车制造商提供更有有效的解决办法之前,有一种比较简单实用的防治措施。如果车主主要使用遥控车锁,可以先用铝箔纸将遥控钥匙包起来,等到需要开关车门的时候,再把铝箔纸掀开一小部分按下去,这样便可以有效防止信号的泄露。如果想要更专业更高端一点,“信号屏蔽袋”也能起到一定的帮助作用。

(肖捷)

七座车走俏市场

本报讯 今年“五一”租车市场,七座车“一车难求”。再放眼新车市场,七座家用车的市场需求正在逐步释放,奇瑞酷威、起亚索兰托、北京现代新胜达等新款车型均指向七座车。汉兰达七座上市之后仅用了20多天的时间,订单便已过万辆,国内七座家用市场正迎来一个爆发期。

随着“二胎时代”的到来,从传统的“3+2”家庭构成模式切换到“4+2”模式,即父母、夫妻加上两个孩子的六口之家新模式,将改变不少家庭的用车需求,传统5座车型已明显无法满足二胎家庭全家结伴出行的需求,此时更实用、更宽敞、更舒适的七座车便成为众多二胎家庭的新选择。七座车与五座车的用车成本差不多,可以多坐两个人,更加实用。而且,七座车和五座车一样,可以享受假期高速免费的优惠。市场人士预计,未来几年,随着“单独两孩”政策的稳定实施,七座车市场将成为新的蓝海。

政策催生的市场红利,也让各家车企动作频频。自去年以来,无论是MPV市场还是七座SUV市场,均有多家车企推出新品,如广汽本田去年推出全新奥德赛,在配置大幅提升的前提下,售价进一步下调。一方面继续抢占之前的商务用车市场,另一方面切入家用市场,争夺七座家用MPV市场。与此同时,奇瑞、上汽大通、五菱等品牌也纷纷选择各自的细分市场,试图分割七座车市场的大蛋糕,市场竞争日趋白热化。

(文岩)

亿元,同比增长5.2%。

投资亮点频频

业内专家认为,中国汽车市场已进入平稳增长期,依靠销量超预期驱动的投资机会时代已经过去,更多的是结构性投资机会,“安全、节能、环保和智能化”发展趋势不变。“新能源+车联网+汽车后市场”将是2015年汽车资本市场的投资亮点。

今年是新能源汽车考核年。在国家补贴政策加码新能源汽车的情况下,客车市场有望成为商用车领域最大亮点。此外,氢燃料电池在中小功率领域的应用具备快速商业化的潜能。

随着汽车的普及以及人们对于汽车安全性、舒适性和娱乐性的要求不断提高,汽车已从传统的1.0时代过渡到智能互动的2.0时代。未来车联网、智能驾驶发展是大势所趋,有望成为汽车智能化趋势中的价值洼地。另外,庞大的保有量市场为汽车售后服务提供巨大发展空间,或将主导汽车行业下一轮盛宴。

传统淡季即将来临,价格战进一步加剧,库存压力依然过大

未来几个月车市走势难言乐观

本报讯 中国汽车流通协会日前发布的“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示,2015年4月库存预警指数为60.5%,同比上升14.2%。这已经是该指数连续第7个月处于50%的警戒线水平之上。同时,许多地方车展扎堆集中在5月,车展期间大量促销活动,使车市降价幅度进一步加大,经销商的经营压力依然较大。业内专家认为,因供给过剩造成的车市大规模价格战已经开始。

自进入2015年以来,经销商库存预警指数一直居高不下。汽车市场告别高速增长时代,10%以内的增速成为常态;政策环境日趋严格,野蛮式增长不复存在;库存加大、利润下滑,厂家和经销商的矛盾显现,经营压力加大。此外,经济减速、股市火爆、4S店高成本、高投入模式不可持续,以及电商的挑战等因素都给经销商带来了一定压力。市场销量增速的下滑不仅让汽车厂家倍感压力,也极大地加剧了终端渠道危机。

根据各经销商集团的财报显示,包括庞大集团、永达汽车、亚夏汽车、正通汽车、中华控股、申华控股在内的6家上市经销商集团毛利大幅下滑,汽车经销商们正在经历10月以来最艰难的时期。

业内专家预计,未来几个月车市降价潮将进一步扩大。6月销售淡季的来临,预计会有更多车企在市场压力下加入价格战行列中。同时,由于部分厂家要完成半年度销量目标,可能会加紧对经销商实施压库,经销商库存压力依然存在。

对于下半年的汽车市场,经销商普遍持谨慎态度。接下来的6.7.8持续三个月的淡季更是对车市最大的考验。据中国汽车流通协会调查显示,经销商中认为5月经营状况“好”的比例由20%增至33.3%,认为“不好”的经销商比例由27.4%降至16.1%,但车展等市场活动造成经营成本增加,成交价格下降,将透支6月的消费需求。

经销商普遍认为,集客量少、竞争力不足、融资成本及资金压力大等因素仍然成为制约经销商经营的主要因素。经销商要合理控制库存水平,以防库存压力过大导致经营风险,但事实上很难做到,因为话语权在汽车厂家手里。

从销售总量而言,各大车企大多调高销售目标。厂家之所以不愿意轻易下调目标,除了怕对士气有所打击之外,更重要的原因是年初已经与零部件供应商签订合同,如果贸然降低目标,那么多生产出来的库存车辆必然只能“砸”在自己手里,影响资金周转。当然也有些企业,考虑到自己的业绩和职业前景等因素,纷纷将库存压力转移到经销商身上。

压库潮将经销商与车企之间的利益博弈再度摆到台面上,而此前在车市快速增长期被掩盖的诸多矛盾,也将随着库存压力的陡增和预期收益的下降而爆发。因此,未来几个月市场难言乐观。(雍君)

■ 文岩

今年前4月,汽车进出口出现历史罕见的“双降”。根据中国进口汽车市场数据库发布的信息,4月我国汽车进口车的供给量和需求量双双再度下滑,下滑幅度分别达到27.7%和21.13%,相对于第一季度下滑幅度进一步加大。

另据全国进口车联席会的统计数据,今年4月进口车销售7.45万辆,同比下滑21.3%,下滑幅度进一步加大。今年前三月,进口车销量同比下滑幅度为20.8%、16.6%和21%,轿车、SUV和MPV三大类进口车产品均步入下行通道。

随着我国车市整体遇冷,进口车市场也持续走低。值得关注的是,由于进口车销量急剧降温,进口车库存再次遭遇“红线”预警。自2014年7月起,进口车库存水平就一直处在上升状态。去年12月,行业库存深度就已达到4.21个月,而到了今年4月,更是达到了创新高的5.1个月,成为流通行业的重负。

在高库存压力下,进口车市场供给开始出现调整态势,需求增速明显回落。随着宏观经济、政策及市场持续进入变革期,进口车市场也随之步入全面、深度调整。大力反腐、深化改革等因素客观上减少了高消

今年汽车进出口为何双双走低?

费,进口车消费逐步与居民真实需求接轨,进口汽车市场增速正在进一步放缓。从月度走势来看,2015年1~4月的进口量均低于2014年同期进口量,再现2012~2013年的“去库存”调整,市场继续呈现深度调整格局,品牌格局变化加大,车型呈现结构性调整,排量进一步下移。

从品牌结构看,在高库存和国产化压力下,高档车的市场需求受到明显影响,宝马、奔驰、奥迪、丰田、大众等主要进口品牌的进口量也出现了不同程度下滑。其中,宝马销量同比下滑5.9%,达到1.1万辆;奥迪同比下滑14.7%,达到0.57万辆;路虎的下滑幅度则高达30%以上。与此同时,进口车市场优惠幅度也达到11.2%,攀升到历史高点。

据中国汽车工业协会统计,2015年1月~4月,汽车出口24.5万辆,比上年同期下降14.6%,其中乘用车出口13.67万辆,比上年同期下降20.7%。从月度走势来看,今年1月汽车出口较好,2~3月迅速滑落,3、4月出口异

常低迷。究其原因,一是出口国政策、政局的不稳定,如俄罗斯、乌克兰、伊拉克等国政策变动较为频繁,汽车相关政策持续变动,使我国汽车对该国出口产生了一定程度的影响;二是人民币汇率的升值,以及我们的竞争对手韩国、日本、韩国货币的贬值,造成了我国汽车出口困难;三是我国汽车出口主要以小排量车型为主,而近两年该领域竞争日益激烈,市场趋于饱和,对出口量的影响比较明显。

另外,目前汽车整车进出口十分悬殊的单车均价,反映出我国与欧美日韩汽车的差距依然不小,“筋不强骨不健”,国际竞争力不够。一季度整车进出口数量与金额对比,出口汽车均价仅为1.44万美元/辆,而进口汽车均价为4.10万美元/辆。

展望二季度及2015全年汽车进出口市场形势,不容乐观。预计市场增速将进一步放缓,行业结构调整将继续深化,尤其是进口车市场需谨防高供给、高库存、低需求的市场风险。

■ 李永钧

夏日将至,2015年一季度成绩单也已呈现在了投资者面前。近日国内上市车企陆续发布一季度业绩预告,88家汽车制造业上市公司中,51家业绩同比增长,占比58%,增幅超过100%的有7家;37家同比下滑,占比42%,降幅超过100%的有3家,真是“几家欢喜几家愁”。

超半数整车厂业绩下滑

今年一季度,受到整体市场增速下滑,多数整车企业利润出现下挫。20家整车上市公司中,11家公司同比下滑。江淮汽车净利润为2.15亿元,同比大幅下滑17.39%;广汽集团净利润5.29亿元,同比下滑37.6%;一汽夏利净利润预计亏损高达2亿元~3亿元。即便是龙头老大的上汽集团,一季度净利润为74.67亿元,仅增长6.98%。

在一季度上市整车公司业绩中,利润下滑最严重的当属商用车企。其中北汽福田营业收入83.92亿元,同比下滑13.57%;净利润1.25亿元,同比下滑超过四成,达到42.01%;中国重汽一季度营业收入为46.77亿元,同比下滑12.96%,净利润为6544万元,同比下滑29.35%。江铃汽车在实现营业收入63.5亿元、同比增长2.58%的情况下,净利润仅为5.7亿元,反而同比下滑了4.11%。同比降幅最大的是中通客车,预计一季度归属于母公司的净利润710万元~960万元,同比下降超过九成。

当然,并非整车公司都遭遇市场困境,东风汽车、金龙汽车、海马汽车业绩增长幅度超过100%。长城汽车与长安汽车始终保持着小步快跑的态势。数据显示,长安汽车一季度营业收入为181.97亿元,同比增长达到49.25%;归属上市公司股东的净利润为24.94亿元,同比增长29.41%。而长城汽车一季度的营业总收入为193.38亿元,同比增长31.24%;净利润25.35亿元,同比增长26.45%。

经销商大幅缩水

去年下半年以来,汽车市场需求相对不足,生产企业产能过度释放,在现行的产销体制之下,经销商处于市场第一线,最能直接感受到市场的冷暖。受国家宏观经济影响,经销商库存一直高企,销售利润不断下滑,导致经营困难。据国内上市经销商集团的一季度财报,庞大集团、亚夏汽车等企业利润均出现不同程度的下滑。

庞大集团一季度财报显示,今年前3个月的营业收入为137.13亿元,同比下滑为17.34%;归属于上市公司股东的净利润为

3622万元,大幅下滑超过五成,为54.70%。基本每股收益为0.01元,下滑更是高达66.67%。亚夏汽车的季报则显示,在营业收入增长8.57%、达到14.06亿元的基础上,却出现了1053万元亏损,同比下滑高达159.32%;每股收益则为-0.4元。据中国汽车流通协会发布的数据,3月汽车经销商综合库存系数为1.77,环比下降6%,同比上升28%,经销商库存水平处于警戒线以上,库存压力依然较大。

零部件参差不齐

88家汽车制造业上市公司中,业绩下滑幅度超过100%的零部件公司有2家,分别是西仪股份及天兴仪表。西仪股份一季度净利润亏损627.23万元,同比下滑636%;天兴仪表预计净利润亏损500万元~600万元。去年同期,这一数值为亏损149.93万元。

同是汽车零部件企业,与西仪股份业绩大幅下滑形成鲜明对比的是,世纪华通一季度净利润同比增长157.37%。另外,部分零部件企业进行了转型,新增了其它业务,并实现了业绩的大幅增长,其中的典型代表便是顺荣三七。2015年一季度,顺荣三七实现归属于母公司股东的净利润为9071万元,同比增长幅度高达16782%。

随着汽车行业发展的进一步完善,更深度的市场化,整车价格的下滑会带动汽车零部件价格的下滑,继而影响到零部件企业的生存发展。业内专家预计,零部件的收益会越来越薄,企业的利润降低是必然的,不少零部件企业开始转型,率先实现技术突破的零部件供应商将迎来巨大的发展机会。

新能源表现抢眼

一季度,新能源汽车的业绩表现格外亮眼,远超市场预期。在政府大力推动之下,政策红利有望持续推动新能源汽车行业快速增长,并且由之前的政策驱动转为政策与业绩的双重驱动。

由于在新能源汽车销量上的节节上升,比亚迪一季度业绩增幅突飞猛进,其营业收入为152.82亿元,在去年117.23亿元的基础上同比增长30.35%。

另外,公交客车的发展已成为各地方政府城市治理的重要工作,新能源公交车将会持续推广使用,运营补贴的政策方案预计将在二季度出台。根据不同车型,新能源公交车的单车运营补贴金额在4万元/年至8万元/年。在新能源客车领域具有全产业链优势的宇通客车,借助客车新能源化,公司产销规模、盈利能力上升。根据宇通客车发布的公告,2015年一季度,宇通客车实现净利润3.7



未来汽车:手势和眼神可操控

5月25日,首届CES亚洲消费电子展(CES Aisa)在上海开幕。某豪华汽车品牌自动驾驶概念车展出。车内没有实体控制按钮,乘客可以通过手势、眼神追踪或触屏的方式来直观地与联网的汽车互动,仅仅是通过简单的挥手或眼球转动,便可控制汽车的一举一动。

中新社发 张浩 摄

新能源汽车 推广鼓励政策持续加码

本报讯(记者杨冉冉)近期,有关新能源汽车的政策利好消息不断,鼓励政策持续加码。

5月19日,国务院印发《中国制造2025》,明确继续支持电动汽车、燃料电池汽车技术,掌握汽车低碳化、信息化、智能化核心技术,推动自主品牌节能与新能源汽车同国际先进水平接轨。

5月22日,工信部装备工业司发布《中国制造2025》规划系列解读,强调大力发展节能与新能源汽车,实现低碳化、电动化、智能化,是从汽车大国到汽车强国的必由之路;明确提出2020年自主品牌新能源汽车年销量达100万辆以上,市场占有率超70%;首次提出2025年汽车平均油耗4升的严格要求;明确要求到2020年电池、电机等核心零部件市场份额要超过80%。

此前,财政部、工信部、国税总局三部委联合发布《关于节约能源使用新能源车船车船税优惠政策的通知》,明确对使用新能源车船免征车船税,免征范围包括纯电动商用车、插电式(含增程式)混合动力汽车、燃料电池商用车,以及符合要求的纯电动乘用车和燃料电池乘用车。同时,对节约能源车船,减半

征收车船税。

业内专家认为,车船税新规在起到“节能环保”导向作用的同时,将放大自主品牌在小排量汽车产品制造领域的先天优势,进一步彰显其性价比和市场竞争力。

同时,地方政府也在通过种种激励政策推广新能源汽车。例如,北京市公安局公安交通管理局日前发布通告称,纯电动小客车不受工作日高峰时段区域限行措施限制,生效日期为自2015年6月1日至2016年4月10日。

财政部、工信部、交通运输部近日发布通知称,从2015年起对城市公交车成品油价格补助政策进行调整,逐年降低城市公交车成品油价格补助,并增加新能源汽车运营补助,最高可获8万元/年的补助。此举将调动企业购买和使用新能源汽车的积极性,鼓励在新增和更新城市公交车时优先选择新能源汽车,推动新能源汽车规模化推广应用。

“新能源汽车快速发展的脚步不可逆转,2015年、2016年销量也会呈几倍倍数增长,各种激励政策的出台有望进一步推动新能源汽车的发展。”一位业内人士表示。

SUV市场高速膨胀还能持续多久

■ 雍君

中国汽车工业协会1~4月汽车销量数据日前出炉,SUV依然延续着去年以来的强势,产销分别同比增长49.8%和48.7%,领跑于整个乘用车市场。这个数据已经打破了过往轿车一直是增长主力的惯例。与SUV车型相比,轿车虽然仍然占据着最大的市场份额,但已尽显疲态。纵观今天的中国车市,SUV车型炙手可热。大多被主流乘用车商列为首要重点开发、推广的车型。现已有不少车企计划将SUV作为长线产品,意欲“放长线,钓大鱼”。不过,在饱尝SUV甜头的情况下,车企更应该从市场的理性需求与发展战略从长计议。

SUV,是多功能运动车的英文缩写,发端并风靡于美国,兼有越野车的动力和通过性,又有轿车的舒适性。SUV的优势显而易见——车身较高,空间宽敞,马力强大,一般都四轮驱动,爬坡涉水,如履平地。而且看上去比较坚固,后备箱空间大。在年轻一族的眼里,它高达威猛,这首先就是较

为安全上的佳选择之一;而相应的大视野以及驾驶的粗犷感觉,更是深受消费者喜爱。然而,SUV真的安全吗?

事实上,SUV缺点和优点同样醒目——稳定性差,易翻车、油耗高、车身周围视线差、停车不便、坐姿不舒适等。据美国汽车界统计,重心偏高的SUV的翻车几率是轿车的9倍。而且,即便是在日常的车祸中,SUV的表现也不像它的外表那样硬朗。原因是目前大部分SUV都采用轿车底盘,车身架构和轿车相同,在事故碰撞中的表现与轿车无异。由于重心高,在侧面碰撞时,特别是被低重心的轿车撞击时,SUV很容易侧翻。

除此之外,SUV的操控性远远不能与普通轿车相比,绕桩驾驶也很费劲。作为日常出行工具,在中国城镇复杂拥堵的道路上转弯、并线、闪让,SUV往往显得力不从心。在中国的大城市里,停车位资源极其短缺。一个小型轿车自如进出的车位,SUV就可能无法安身。此外,由于SUV车体大、底盘高,倒车时视线死角多,对司机的驾驶技术

要求较高。

更重要的是,由于发动机排量较大,SUV的耗油量高过轿车将近一倍。因此,无论是节能环保与安全上,SUV都与中国汽车节能的可持续发展格格不入。在SUV升级方面,尽管早就提出了相应的跨界概念,但真正能够满足产品轻量化需求以及节能环保制造技术需求的车型,目前还是凤毛麟角。

客观的讲,SUV能够被消费者广泛关注,是市场推动的结果。但也必须看到,国内市场的SUV制造和发展,存在着一系列的矛盾,还有许多功课要补。特别在当前SUV须居安思危,不能仅满足于一时的畅销,更应意识到发展的软肋,不断推出更新换代车型,加大创新力度,并使之更好地满足发展技术需求,这才是它能够继续火下去的关键问题。

可以说,以前那样坐在水涨船高的增量式市场里混日子的情景已经一去不复返了,市场要靠真本事吃饭,这是中国车企需要补上的一课。