

车市销售疲软,增速出现反转,多家主流车企降低官方指导价,主动实施减产

官降+减产,车市是否迎来拐点

■本报记者 杨冉冉

4年间在中国市场产能增长近4倍的福特,终于停止了高速扩产的步伐。5月25日,福特中国董事长兼首席执行官罗礼祥正式确认福特采取了减少在华产能的做法,并表示减产现已完成。而在之前,宝马也已宣布减产,以缓解经销商的库存压力。与此同时,多家主流车企争先恐后地掀起“官降”潮,车市价格战正如如火如荼地上演。

在2015年乃至以后,低增速将成为车市的“新常态”,这一观点已在汽车行业内形成共识。据中国汽车工业协会(中汽协)公布的数据,4月份全国汽车销量同比环比均负增长;而今年一季度,轿车市场就已连续两个月同比负增长。中国汽车市场经历持续15年高速增长后已疲态尽显。

车市销售疲软,增速出现反转,汽车业是否已迎来发展的拐点?

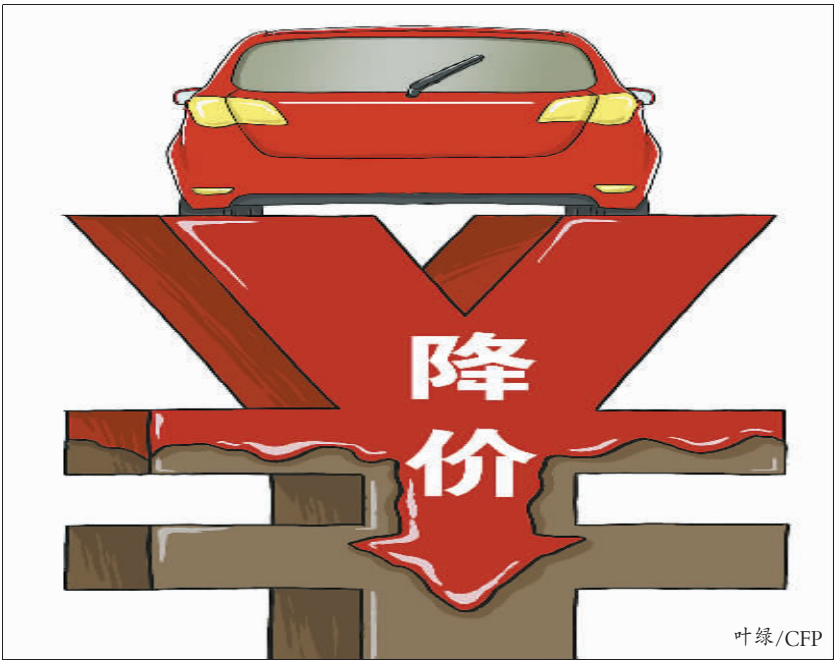
“官降”如火如荼

5月21日,奥迪推出了四款“300周年纪念版”车型,以“加量不加价”的形式变相加入近期的“官降”大潮。

今年4月,上海大众率先调价,决定下调旗下多个车型的官方指导价,甚至长期“逆市”加价的途观,也给出较大优惠折扣。这也是上海大众自2010年以来首次由厂家宣布降价。

紧随其后,多个车企也增加了销售政策的支持力度,纷纷宣布下调部分车型价格。长安福特、一汽大众、东风标致、北京现代、上海通用等厂商纷纷跟进,除了直接调低市场指导价,还推出了各种优惠政策。

而一直表现强劲的豪华车市场也未幸免。尽管至今未有正式的官方降价行为,但无论是去年末豪华车品牌经销商向汽车厂家索要补贴,还是今年以来豪华车在市场终端的大幅优惠促销,都预示着豪华车的价格体系在目前的形势下已经很难维持。



叶隼/CFP

5月21日,奥迪推出了“300周年纪念版”车型。这些车型是基于奥迪现有产品系列打造,配备专属配置,同时对舒适性、操控性和安全性进行升级,但在价格方面则基本与现款车型持平,甚至更低。有业内人士分析,奥迪此举除了旨在提升这部分车型的市场竞争力外,或许也有意借此开始调整价格策略,是另一种形式的“官降”。记者调查发现,目前奥迪、宝马、奔驰的各车型在市场上分别给出了5%~25%的优惠幅度。

某合资品牌经销商负责人告诉记者,降价促销其实早有,只是此前都是经销商通过各种优惠方式的“暗降”,而此次品牌厂商主动降价则较为少见。有业内人士表示,从经销商的“暗降”,到厂商的“明降”,表明目前国内汽车市场的竞争非常激烈。

减产缓解产能危机

中汽协数据显示,今年4月份,国内主流合资品牌销售出现了下跌的情况,其中上海大众共销售140091辆,同比下降5.6%;一汽大众共销售132211辆,同比下降16.9%;上海通用的销量为108296辆,同比下降16.7%,此外东风日产、北京现代的销量分别同比下降14.3%、0.8%。

根据中汽协的相关数据,2015年中国汽车产能将超过3200万辆,而2014年销量接近1800万辆,在如今市场增速出现反转的情况下,产能危机相当严峻。来自德勤咨询的数据则显示,到2017年中国将存在1140万辆的闲置生产力,这将是欧洲汽车制造商的两倍多。

多项利好叠加未见效果 进口汽车不再“畅销无阻”

汽车库存预警指数“高烧不退”

■本报记者 孙喜保

5月份本来是汽车销售的传统旺季,但是,今年的5月份,我国汽车经销商库存预警指数却“高烧不退”,继续维持高位。

传统旺季销售不旺

中国汽车流通协会副秘书长郎学红6月1日表示,刚刚过去的5月份,国内汽车经销商的库存预警指数是57.3%,与4月份相比,虽然下降了3.2个百分点,但是跟去年5月份相比上升了8个百分点。

按照以往的情况,每年5月份应该是传统的汽车销售旺季,是库存比较低的月份,相对来说预警指数都是处于低位。但是,根据中国汽车流通协会提供的数据,2015年,除了1月份的预警指数没有超过50%,其余月份都是维持高位,而且连续几个月高达60%以上。

“虽然5月份略有下滑,但整体上来说仍然处在容库线之上,这意味着需求仍然不足,库存增加的状况依旧。”郎学红说。据中国汽车流通协会分析,通过对经销商的问卷调查发现,实际上5月份总需求的比例有所上升。5月份全国各地的车展比较集中,优惠幅度较大,吸引4月份的一部分需求延迟至5月份,同时6月份的需求也提前被透支,集中在5月份得到释放。但即便有如此多的利好,依然没能让5月份汽车销售市场出现繁荣景象。

除了库存预警指数持续高企,5月份汽车成交的价格也在继续下降,经销商的经营效益没有出现明显好转。

中国汽车流通协会分析称,5月份的销量并不理想,6月份又进入高温的季节,是汽车销售的传统淡季。“5月份销量的下降,意味着经销商在未来6月和7月的日子更难

业内认为,面对经销商居高不下的库存压力和车市疲软的现实,此番厂商官方主动降价就是要吸引持币待购的意向客户,以缓解库存压力。

然而,打价格战只是车企应对产能危机的缓兵之计,在市场疲软的情况下,不减产,终端4S店的压力依然很大。汽车行业专家贾新光表示,面对巨大的经销商库存,厂商除了降价促销之外,另外一条道路就是适当减产。

“倘若市场出现疲软,我们不会任由库存高企,而是将削减产出。”福特亚太区域总裁戴杰伟5月21日向媒体表示。5月25日,福特中国董事长兼首席执行官罗礼祥正式确认福特采取了减少在华产能的做法,并表示减产现已完成。同时,罗礼祥透露福特在4月份对2015年中国整体车市的产销规模预期下调了50万辆,并将对产销增幅的预期设定为“8%或更低”。

而早在今年上海车展期间,宝马中国CEO安格就曾公开表示,公司已在中国市场削减产出,减少向经销商供应车辆,二季度仍将如此。此举意味着,宝马成为了今年首家调整产销计划的企业。

从宝马与福特的减产行动中可以看出,车市新一轮的产销计划调整将会浮现。根据中国乘用车数据,去年的销量冠军一汽大众,4月产量同比下降25%位居车企减产榜首;刚刚宣布官方降价的上海通用以23.1%的降幅排名车企减产榜第二;日系品牌方面,东风日产也出现20.9%的产量大幅下滑。

加大补贴力度

在中国汽车市场开始步入负增长的大背景下,经销商和厂家之间的矛盾正在进一步激化。继去年12月宝马经销商集体向厂家索要补贴之后,今年又传出捷豹路虎主要的6大经销商集团也抱团,向厂家寻求补贴和改变。其实,今年以来,多家合资品牌的经销商与厂商之间都爆发出矛盾。

5月28日,中国汽车流通协会正式发布了2014年度中国经销商百强榜榜单,2014年百强营业收入12318亿元,同比增长9.4%,百强企业整车销售数量达624.5万台,同比增长12.5%。

与年营业收入及销售数量整体上升相反的是,百强经销商盈利能力出现下滑。数据显示,2014年百强经销商毛利率下滑1.37个百分点,净利润率下滑0.08个百分点。全年只有约三成经销商可实现盈利,约四成经销商可维持收支平衡,还有近三成经销商呈入不敷出状态。

业内普遍认为,现行汽车产销体制不合理,整车厂盲目制定销售目标是经销商库存高企的主要原因,从而导致经销商的经营状况持续恶化。

除各种形式的降价外,下调销量目标、调整商务政策等方式也成为厂商帮助经销商消化库存保市场的另一番举措。

伴随着此番奥迪变相的“官降”措施,业内亦有消息称,奥迪将调整销量目标,为经销商减负。据了解,宝马4月给经销商发函,调低了今年二季度的销量目标,称经销商只需完成85%的批售目标,即可获得单车数量奖。

今年1月~4月捷豹路虎在中国市场的销量出现了大幅下滑,前4个月累计销量31815辆,同比下跌20.6%。为此,捷豹路虎加大了经销商的补贴力度,具体政策为,季度返利速度由之前的当季销售,下季度审核,再下季度返利改为当季销售,下季度第一个月返利,提前了约5个月,同时,二季度的销售目标也下调了10%至20%。此外,为了鼓励经销商,还新增了目标完成奖励,包括直接补贴经销商。

不过,记者走访发现,一些经销商仍表示,这些举措在市场终端上的作用远远不够,厂家无法从根本上解除经销商的生存压力。

业内专家认为,从官降到减产再到增加补贴力度,表面上是车企应对市场所作出的反应,但在其背后,则可能是今年车市拐点的

中消协建议通过交易转让等环节
强化汽车产品召回工作

据新华社电(记者高敬)中国消费者协会负责人日前表示,建议通过建立汽车召回信息查询系统,将车辆召回完成情况与车辆过户强制关联,确保没有完成召回的汽车不能进行交易转让等措施,强化汽车召回工作,防范形成召回空点。

我国已经实施多次汽车产品召回。但是中消协发现,部分汽车产品的召回并没有落实到位。近期,有关召回完成信息的真实性问题引起了社会各界的关注。

据了解,由于我国没有像日本等国家在车辆安全检验和二手车过户时设置召回落实情况强制确认的程序,致使部分汽车用户和购买二手车的消费者不知道自己买的汽车是否存在缺陷或已完成必要的召回维修处理。这些没有完成召回的汽车产品在路上行驶,不仅危及交通当事人人身财产安全,也给公众带来安全隐患。

中消协负责人建议,有关行政部门应要求汽车生产企业建立召回信息查询系统,供消费者查询召回信息。生产者同时应将召回完成信息实时提交主管部门;由国家建立全国统一的跨区域、跨品牌的汽车产品召回数据库和查询平台。

同时,他建议召回信息动态共享,国家将车辆召回完成情况与车辆过户强制关联,确保没有完成召回的汽车不能进行交易转让。通过这一共享机制,将车辆召回信息与车辆安全技术检验进行关联。如果车辆属于召回范围,车主有义务完成召回。若车主没有在合理期限内配合完成召回,年检机构应不予通过安全技术检验。

C8成员倡议

载货汽车安装防抱死制动装置

本报讯(记者杨冉冉)日前,中国载货汽车生产企业联席会召开本年度第二次峰会。为提高载货汽车行驶安全性,保护消费者权益,促进行业健康发展,八家成员单位(C8成员)共同签署了《关于载货汽车安装防抱死制动装置(ABS)倡议书》。

《倡议书》主要包括以下几点:一是承诺C8成员按照GB7258-2012标准要求,安装防抱死制动装置(ABS);二是倡议全行业载货汽车生产企业按照GB7258-2012标准要求,安装防抱死制动装置(ABS);三是号召载货汽车生产企业落实主体责任,加强相互监督,共同维护载货汽车行业声誉,积极配合政府有关部门做好生产一致性管理工作。

据介绍,C8成员包括一汽解放汽车有限公司、东风商用车有限公司、中国重汽汽车集团有限公司、陕西汽车集团有限责任公司、安徽江淮汽车股份有限公司、北汽福田汽车股份有限公司、上汽依维柯红岩商用车有限公司和东风汽车股份有限公司。

斯巴鲁召回部分进口翼豹

本报讯日前,斯巴鲁汽车(中国)有限公司向国家质检总局备案了召回计划,将自2015年9月21日起,召回部分2004年~2007年款翼豹汽车,生产日期为2004年2月2日至2007年6月15日。据该公司统计,在中国大陆地区共涉及1002辆。

本次召回范围内的车辆由于供应商原因,部分副驾驶安全气囊展开时,气体发生器有可能发生异常破损,导致碎片飞出,可能伤及车内人员,存在安全隐患。作为预防措施,斯巴鲁汽车(中国)有限公司将召回范围内车辆免费更换副驾驶室安全气囊气体发生器,以降低安全风险,并回收、调查气体发生器是否存在问题。(肖捷)

易车亿元红包助阵首届汽车网购车节

本报讯为庆祝6月6日公司成立15周年,互联网企业易车,联合百余汽车品牌,依托旗下汽车电商平台易车商城,易车惠买车以及京东整车频道,打造汽车行业首个独立网购节——“66购车节”,同时向网友发放亿元购车红包。“66购车节”也将成为易车汽车电商固定的年度促销节日。

“66购车节”活动即日起启动,持续至6月30日结束,集合了易车旗下新车销售、二手车销售,汽车金融等相关电商产品,网友通过易车、京东的PC端、手机端均可抢购海量直提进口车、限量版定制版车型以及“易车保障”二手车、优惠金融方案车型等等。此外,6月6日至18日,网友下载“易车”APP,即可抽取1666元至4666元不等的总计亿元的买车红包。易车相关负责人表示,“66购车节”具备了活动规模大、优惠幅度高、电商服务优等三大亮点,力求打造全年最佳、全民普惠的一次购车狂欢节和汽车电商的标志性节点。(喜子)

法可赛在中国设立第三个生产中心

本报讯作为一家全球顶级的汽车配件供应商,法可赛公司近期在辽宁省沈阳市建立了一个新的生产工厂。这是该公司在中国设立的第三个跨国工厂,另外两个工厂分别位于太仓和重庆,太仓工厂还设有一个工程中心。

法可赛首席执行官Javier Pujol表示:“沈阳新工厂是我们拓展中国市场的计划中迈出的决定性一步,也是我们跨国发展战略中的一个关键市场。法可赛(中国)自成立以来,年营业额增长率已超过20%,我们希望在未来几年继续保持这种发展势头。”

总部设于巴塞罗那的法可赛公司,专门从事汽车行业安全、通信和效率系统的研发、生产与销售。据介绍,沈阳工厂主要用于生产后视镜。自动切换系统和驻车制动器等配件,合作客户主要为宝马、华晨、长城和北汽等企业。法可赛是宝马在中国的独家后视镜供应商。(张文)

■李永钧

今年以来,小型、微型车的整体市场氛围不容乐观。无论自主品牌还是合资品牌,小型、微型车表现异常落寞。别说在轿车销量前10中没有小型、微型车的位置,就连销量排名前20的车型中,也难寻小型、微型车的踪影。市场表现好一些的K2、POLO、已经濒临在销量16名开外。铃木奕拓、奇瑞qq、铃木雨燕、斯柯达晶锐、长安悦翔V3等车型,销量排名更是掉出90名之外,这一细分市场正面临着内忧外患的困局。

有人用“生不逢时”来形容小型、微型车市场。一是近年国内汽车消费结构发生了日新月异的变化,消费者普遍倾向于购

微型车市场的占比从26%快速上升到40%。由此可见小型、微型车的市场刚需还是存在的。据统计,随着城镇化进程的加快,国内城镇居民人口最近5年增长超过1.1亿,城镇居民生活水平也大幅提升。更重要的是,新型城镇化建设的不断深入令三四线城市率先受益,并促使消费呈现新一轮爆发。与此同时,对小型、微型车的需求也大幅增长。

另外,并非所有小型、微型车都准备坐以待毙,刚刚上市的斯柯达全新晶锐便是很好的例子。在保持定价模式基本不变的情况下,相较老款车型,新款晶锐不仅在外观内饰上有所变化,而且升级了发动机,增加了定速巡航、ESP、前后倒车雷达等诸多

小型、微型车市场走出落寞应有时

买空间大、配置高并且具有一定品牌影响力的座驾;二是中级车市场价格的不断下探,导致小型、微型车市场空间不断被挤压。小型、微型车在价格、使用成本方面的优势渐弱,阵地失守,逐渐处于边缘化;三是随着我国越来越多城市陆续出台汽车限行、限购政策,导致消费者的购车需求也发生了变化,汽车消费结构的升级就更加明显。在多重因素的影响下,国内小型、微型车市场份额连续萎缩。

与此同时,小型、微型车自身竞争力也同样存在短板——乏善可陈的配置、陈旧的技术,已无法满足如今消费者对于一辆家庭车型的需求。消费者对动力、空间的需求提升,这使得很多小型、微型车消费者转向较高级别的车型。在这种情况下,小型、微型车要怎么选择退出竞争,要怎么以降价的方式应对。为此,业内已有人提出了“小型、微型车有否生存必要性”的讨论。

但这未免有点杞人忧天。分析各企业小型、微型车的市场布局时发现,大部分小型、微型车的畅销都集中在三四级市场。数据显示,从2010年至今,三级市场在小型、

实用性配置,为其在激烈的市场竞争中增添了更多砝码。因此,小型、微型车有其生存的必要性。而从企业角度来看,小型、微型车也并未处于失宠的边缘。去年一年间,上海通用雪佛兰赛欧3、广汽本田全新飞度、北京现代新款瑞纳等多款小型车悉数上市,特别是赛欧和瑞纳两款小型车,都取得不错的市场反响。

更重要的是,企业推出小型、微型车,除应对市场,更多的是企业产品战略布局。随着乘用车企业平均燃油消耗量要求的日趋严格,新能源与小型、微型车将成为车企摆脱被处罚命运的最直接手段,而国家节能环保以及交通方面也迫切需要小型、微型车的推广。

其实,中国普通消费群体并不排斥小型、微型车。上汽通用五菱月销量达数万辆,就因为座位更多,功能不少,价格也不高。只有适应需求的产品才能赢得市场。另外,节能环保理念需要政策引导。如果能够通过多项政策,支持购买小排量车型,中国消费者的节能环保意识也会慢慢提升,小型、微型车消费才会逐渐升温。

■肖捷

随着气温升高,在炎炎夏日中汽车可能会出现相应的故障,例如空调不制冷、车身漏水等问题,很多车主会以这只是季节性故障,按个案进行处理。但据中国汽车质量网(车质网)消息,从该网站收集到的大量投诉来看,在这些所谓夏季高发故障的背后,可能隐藏着产品自身的缺陷和不足。

空调制冷不足及噪音大

据中国汽车质量网统计,空调故障一直是夏季投诉的主要问题。相关投诉中空调问题较为集中的大致有两种:制冷效果差及噪音大。

中国汽车质量网的投诉数据显示,大量车主抱怨车辆空调制冷效果差,空调压缩机功率偏低是症结所在。比如,某法系合资品牌因不了解中国国情,在旗下几个车型中使用的SD6C12型号6缸125CC压缩机功率小,在部分炎热地区制冷效果并不理想。而在车主强烈要求下,换装SD7C16型号7缸161CC压缩机后情况得以改善。投诉信息显示,部分自主品牌车型也出现过空调制冷问题。

据了解,空调压缩机质量可靠性差或生产装配过程中工艺不佳,都会导致空调问题的出现。一般而言,空调压缩机故障可能为电磁离合器故障或内部磨损导致。

在使用空调时车辆出现异响的问题同样被车主诟病。由于受季节所限,问题往往很难被及时发现。异响的原因大致有以下几种可能:首先制冷剂过量可能会导致空调系统过载异响;除此以外更多为空调压缩机、鼓风机异响问题。经测量发现,部分车辆的空调噪音已超过了100多分贝,严重影响到驾乘舒适性。

业内人士表示,鼓风机异响主要是风扇电机轴承所产生。一种原因是由于轴承本身的质量所导致,也可能是由于空调滤芯的过滤效果不佳,灰尘进入到风道,轴承处磨损导致轴向窜动。

警惕夏季车辆常见故障

不排除质量缺陷

空调出风口故障

在车质网接到的投诉中,空调出风口故障致无法正常吹风并产生异响问题同样引人关注。据悉,此类问题多出现在配有自动空调的部分日系车型中。由于空调风道内的翻板由伺服电机控制齿轮带动,一旦出现故障无法翻转从而影响正常出风。经4S店检查后发现,空调出风口翻板电机齿轮为塑料材质,如果材质对于温度的变化过于敏感,在经过暖风及冷风的作用下,会出现塑料材质老化变脆,最终导致齿轮受损。除此以外,部分车型的空调伺服电机磨损严重,会导致系统无法正常控制机械元件运转。

通常情况下,空调伺服电机及翻板齿轮使用频率并不频繁,如果出现问题的几率较

仪表盘脆弱

目前,很多品牌车型出于安全考虑,仪表盘采用软性材质铺装。但在车质网接到的投诉中却发现,一些车型使用4年以上的车辆仪表盘会出现多处自然开裂。虽然这些投诉涉及车辆不排除多来自日照较为强烈的地区,但与其使用的材料及处理工艺有很大关系。

据多年从事汽车仪表台相关工作的人士表示,故障初步判断是软质仪表盘泡沫断裂引发,为PUR配比对或水分过大所致,而这需要经过3~5年的市场应用方能得以检验。专业人士建议车主,老款车型尽量避免仪表盘长时间阳光直射。

车身漏水

从车质网接到的投诉来看,车身漏水问题同样是夏季高发故障之一。虽然部分车辆因长时间使用导致密封胶老化或排水槽堵塞,出现不同程度的漏水问题,但新车存在漏水问题更应引起车主重视。

目前,车身漏水问题主要分为发动机舱及驾驶室内部漏水两种。经车主证实,发动机舱漏水主要为前风挡导致水槽无法正常排水,引发雨水漫进发动机舱内。车主担忧长时间漏水会腐蚀车身,并会影响电路的正常工作。

而驾驶室内部漏水问题则涵盖多个部位,例如天窗漏水、后门门漏水甚至是车架接缝处漏水等。某日系新款SUV车型首次采用双天窗设计,而后天窗密封胶条由于安装问题极易翘起,导致凹槽内积水并从缝隙处漏入车内。目前,该款车型座椅支架及滑轨处出现锈蚀,或与车内地板受潮有关,由于车辆线路及部分控制单元安装在车内地板,如果形成积水将可能造成更大损失。

业内专家建议广大车主应防微杜渐,进入夏季时提前检查车辆的空调系统及车身密封性,以免上述故障问题的发生影响驾乘感受。