

进口出口同时出现罕见“双降”

# 汽车市场遭遇“进出两难”

李乐

今年上半年,我国汽车进出口遭遇“双降”,深陷困境。业内专家认为,按目前发展趋势,下半年内忧外患犹存,汽车进出口市场前景依然堪忧。

## 进口大幅下滑

海关总署最新出炉的数据显示,2015年上半年汽车进口需求呈现大幅下滑态势。6月,我国进口汽车及汽车底盘10万辆,同比减少16.67%。进口金额达2589179万元,同比减少24.9%,至此前6个月累计进口汽车及汽车底盘53万辆,金额达13893089万元,累计分别比去年同期减少23.6%、24.9%。6月进口汽车零配件金额达1487633万元,环比下降1.14%。1~6月累计进口汽车零配件金额达8359373万元,同比减少10.3%。进口车市场整体下滑速度已超过了2012年去库存时的下滑幅度。

有业内专家分析认为,上半年经济下行压力较大,进口汽车品牌纷纷加速在中国市场国产的步伐,导致进口车型供给量减少,可选择车型也随之减少。此外,尽管至今平行政进口并未呈现明显增长,但随着政策松绑,试点城市增加,或将带给授权进口车经销商更大的压力。

由于终端需求疲软,经销商库存压力在进一步增大。仅5月份,进口车行业整体库存深度为4.8个月,经销商库存2.54个月。为了去库存化,上半年进口车价格优惠幅度维持高位,并有持续加大的态势,进口车市场平均优惠8万元,优惠幅度为11.8%,创下2012年以来的最高值。从车型看,轿车的平均优惠幅度高达18%,平均优惠金额加大至10.8万



5月21日,市民在浙江省宁波梅山保税港区梅山口岸进口车线下体验中心参观进口车辆。

元,而D级轿车优惠高达24.3万元。不过,个别车型如奔驰GL级、丰田埃尔法等仍存在加价销售。

从品牌上看,今年上半年,在进口量排名前10的品牌中,除奔驰、保时捷有所增长外,其他品牌均出现下滑,其中路虎、大众、奥迪和雷诺品牌下滑均超过40%。而从实际销售层面来看,随着市场规模缩小及市场调研深入,进口车市场竞争不断加剧,进口车行业竞争格局变化较大,宝马和奔驰稳居前两名,路虎排名下滑明显,Jeep品牌排名有所提升。

值得注意的是,今年以来小排量进口车比重加大,1-5月份,1.5L以下车型占比7.4%,1.5L~2.0L车型占比34.8%,2.0L~2.5L车型占比14.8%,2.5L~3.0L车型占比36.7%,3.0L~

4.0L车型占比5.3%,4.0L以上车型占比1%。

## 出口颓势不减

今年上半年汽车出口依然持续去年下降趋势。中汽协统计的汽车整车企业出口数据显示,6月汽车企业出口为6.78万辆,比上月下降4.2%,比上年同期下降16.3%。从车型看,乘用车本月出口3.78万辆,比上月下降0.8%,比上年同期下降20%;商用车出口3万辆,比上月下降8.2%,比上年同期下降11.1%。1~6月,汽车出口38.51万辆,比上年同期下降13.5%。其中乘用车出口21.37万辆,比上年同期下降18.7%;商用车出口17.13万辆,比上年同期下降6%。

另据海关总署数据,6月,我国汽车出口

金额达589357万元,环比减少7.02%。1~6月累计出口金额达3510146万元,比去年同期下降11.2%。6月,我国出口汽车零配件金额达2517144万元,环比减少1.14%。1~6月累计出口汽车零配件金额达14180555万元,同比减少1.4%。

7月7日,商务部新闻发言人沈丹阳表示,上半年汽车出口之所以颓势不减主要源于四个因素。一是汇率因素,近年来我国人民币持续升值,而俄罗斯卢布、乌拉圭新比索和哥伦比亚比索实际有效汇率分别下降11.3%、2.3%和8.8%。委内瑞拉等国外汇短缺,支付能力不足。今年前5个月,我国对俄罗斯、智利、乌拉圭、哥伦比亚汽车出口数量分别下降76.5%、11.1%、26.2%和24.4%。另一方面,日、韩等汽车出口国货币分别较人民币贬值18.5%和8.7%,其产品价格竞争优势明显提高。

二是我国汽车出口主要市场仍为新兴和资源依赖型国家,受国际油价、大宗商品价格下跌等因素影响,当地经济走弱,货币贬值,需求下降。尤其是今年以来汽车出口弊端显而易见,抗风险能力极低,产能过于集中,无法打造品牌提升品牌价值。

三是受地缘政局动荡影响,俄罗斯、巴西等一些海外市场处于低迷状态,阿尔及利亚和伊拉克政局不稳,我国对阿尔及利亚和伊拉克整车出口分别下降40.8%和76.1%。

四是贸易限制措施频发加大出口难度。厄瓜多尔实行进口配额限制,尼日利亚提高整车进口关税,阿尔及利亚实施出口技术新法规,我国对其出口分别下降29.6%、55.9%和40.8%。

## 后市仍未见底

下半年汽车进出口市场走势如何?业内专家认为,在世界经济发展低于预期以及海

雍君

回眸刚过去的上半年中国车市,市场上“降声一片”陷入低迷,虽然6月进行了苦苦挣扎,但惨淡形势还是令厂商们叫苦连天,也令他们对下半年车市感到茫然。

## 减产成“主旋律”

今年上半年,中国汽车市场需求量走低,车市销量的快速下滑已超出预期。对于各车企来说,下半年的压力将会更大,年初制定的全年销量恐难完成。按照目前的销量走势,减产将成为缓解压力的途径之一。

目前,众多主流合资企业已经在着手制定下半年产销计划和商务政策,下调销量预期,降低产能利用率,减少经销商库存已成为趋势。

日前福特对外宣布小幅减少在中国市场产能,宝马中国也表示,宝马已经在中国市场削减产能,并减少向经销商供应车辆。与此同时,一汽-大众也表示,下半年要“控节奏”,缓冲之后才能带来更快的加速度,为四季度冲量蓄势。预计减产将成为下半年车市的主旋律,将会有更多车企加入到这一行列中来。

现在离传统的“金九银十”销售旺季还有两个月时间,受困于库存等各方面的影响,价格战肯定是接下来几个月车市中的主旋律,以冲击完成全年的销售目标。届时价格竞争将会愈演愈烈。

## 新车拉动销量

市场日渐疲软,新车上市则是提振市场

的一针强心剂。

然而今年上半年,扎堆上市的新车反响一般。据统计,各大车企在前6个月总计推出300余款新车(含微客、皮卡)。预计下半年,各车企将不遗余力,加快新车投放力度,战局将继续升级,在广州车展前后,大批新车将扎堆上市,以刺激市场。

下半年上市新车的最大特点莫过于各大车企都紧跟SUV热潮,扎堆推出SUV车型。

在豪华车品牌方面,在下半年即将推出的24款新车中,SUV车型达到10款,占比接近50%。包括东南汽车、东风风神、吉利汽车、绅宝、比亚迪、幻速、昌河、众泰、江淮、哈弗等13个自主品牌则推出20款SUV,占比也将超过5成。日韩系车企下半年也将有多款SUV重磅车型上市,将进一步加剧竞争程度。

中国消费者对SUV车型有着无比的狂热,各车企都寄望于能够在SUV车型细分市场上抢占更大的蛋糕,在轿车市场销售乏力的情况下,下半年的新车投放大战将是一场SUV车型之间的大战。

## 新能源涨势可期

新能源汽车上半年保持高速增长态势,同比增长3倍,呈现出了巨大的增长潜力。在这背后,则是政策的不断加码及车企不断开拓新产品。

今年以来,在基础设施建设方面,打破充电桩的瓶颈已经成为政策发力的又一着力点,广州、成都、上海、北京、杭州等地相继出台了扶持政策。这意味着新能源汽车发展最大基础设施瓶颈,在未来一段时间将得到极大改善,将加速刺激新能源汽车的普及。

为了进一步搅动新能源车市场的活力,《新建纯电动乘用车企业管理规定》已于上半年正式出炉,并下调了新进电动车生产企业准入门槛。

为了抢占未来新能源汽车市场的制高点,新品投放正呈现出不断加速的状况。如豆、比亚迪、宝马、大众、通用、特斯拉等相继推出了庞大的市场计划。

业内预计,下半年在政策持续发力,以及车企加速布局的背景下,新能源汽车市场涨势可期。

## “自主”压力增大

上半年,中国自主品牌在看似漂亮的整体增速数据下,正掩盖着更大的危机。随着市场竞争的激烈,中国自主品牌保增长的难度将会在下半年进一步加大。

尽管在上半年,自主品牌凭借SUV和MPV这两大细分市场的布局,连续从合资品牌身上夺得了更多的市场份额,但合资品牌的降价使得本来就没有品牌溢价能力的自主品牌很难长时间招架,在几乎已经没有什么降价空间的情况下,自主品牌如何应对对合资品牌的连续价格下探,将拷问本土车企。

另外,本土车企在SUV上的成功难以掩盖轿车大幅下滑的尴尬。上半年本土车企在轿车上表现毫无亮点,市场占有率持续下降,不得不用SUV的销量上涨弥补轿车销量的下滑。但是,轿车毕竟是乘用车最大的细分市场,要想在未来市场赢得更多份额,必须盘活轿车市场,形成有效发力点,这将是考验下半年中国自主品牌表现的最大课题。

# 日系车逆市复苏 隐忧犹存

文岩

今年上半年,中国汽车市场的销售情况持续疲软,但沉寂多时的日系车却逐渐走出了颓势,成为市场洪流中难得的“逆势者”。

本田今年上半年在中国市场累计终端销量46.09万辆,较去年同期35.33万辆同比涨幅超过三成。除本田外,丰田、日产、马自达今年上半年增幅分别为17.3%、5.7%和10.1%。相比年初上述品牌设立的全年销量目标来看,半年考成绩“可圈可点”,完成率分别为48.5%、46.6%、45%、52%,有望完成全年销量目标。其实,从去年年末开始,日系车回暖已经显现趋势,今年一季度有所加速,二季度回升更为明显。

众所周知,自2012年以来,日系车受中日关系和地震影响,在中国市场开始整体进入漫长的“寒冬”。在此期间,各日系车企相继推出不少“救市措施”,例如加速小型车战略、加大SUV产品投放,品牌年轻化以及新能源技术本土化等,这些措施确实起到了一定的作用。但外部环境还在不断变化,日系车要想在中国市场全面复苏,彻底翻身,亟待“后招”。

业内普遍认为,2015年是日系品牌在中国汽车市场“绝地反击”的一年。虽然日系车回暖明显,但日系车目前仍未恢复到2012年之前的发展状态,且存在着诸多隐忧,包括外部环境不稳定,销量对少数车型过度依赖,老款车型销量增长乏力及营销手段缺乏创新等。

以目前的形势来看,中国乘用车市场整体增长放缓,车企纷纷开启“官降”模式促销。尽管日系车品牌目前尚未“参战”,但这对于以性价比为优势的日系车而言,无疑是一大挑战。

而在企业战略层面,日系车也可谓处境堪忧。伴随着自主品牌的积极转守为攻,向合资品牌的中端市场发起进攻,抢占了日系擅长的中端车市场的一部分市场份额。另外,中高端车型又要背负来自欧美豪华车价格不断下探的压力,夹在中间的日系车腹背受敌。日系车刚刚开始终端销量上有所体现的各项努力,很可能被这些困境淹没。

除了上述外因,销量靠少数车型支撑也是各日系车企的内在“通病”。以当前的销量来看,本田的增长依靠新卡罗拉、新汉兰达两款车型来拉动;本田在CR-V“走下神坛”之后,两款新的SUV产品缤智和XR-V成为了销量主力;日产的销量增长仍主要由新奇骏和轩逸贡献,缺乏新的增长点;马自达的销量增长主要来自前期密集的产品投放阶段,“创驰蓝天”车型已经在销量中占据了半壁江山。

从长远发展来看,日系车能否夺回此前被蚕食的市场占有率,实现真正的销量回归,仍需经历一段时间的战略调整和适应期。

不过,在业内人士看来,在以产品为导向的中国市场,日系车要想彻底改变处境,需要解决的不仅仅是加快产品导入速度,更需要其进一步强化其产品结构、营销战略和品牌宣传,这才是日系车能否“彻底翻身”的关键。

# 销量下滑,车市靠什么转颓势

# “后4S”时代,我们怎么修车?

新华社记者 令伟家

国家对汽车垄断政策的不断修正,加上日益深入人心的市场意识,在平行进口汽车最后一根稻草的重压下,铁板一块的“4S店模式”终于出现裂缝,“后4S”时代的曙光已然显现。

汽车社会孕育着天量商机,商机背后则是消费形态的全面转型。垄断正在消解,“后4S”时代,我们将怎样保养、修理我们的爱车?

## 修车付钱,还是付钱修车?

2015年6月,北京爱马仕汽车销售有限公司推出一款叫“修车宝”的汽车服务产品。在各种店面多如牛毛的汽车维修业中,这是一个小得几乎可以忽略的事情。

小的“修车宝”让业界关注,是它孕育着“革命”的种子:开启汽修行业一种全新模式,首次以公里数为计价单位,一次性收取费用,后期“包修”。

先维护修理,再按价付费,这是汽修行业的通则。“修车宝”却反其道而行,一次性缴钱后,提供因自然磨损造成的500多种维修项目,500多种主要零部件以及1000种以上辅助零部件的“一揽子”包修服务,并承担超常规的维修质量保证责任。

“修车宝”创始人高强说,一次性缴纳价款,就锁定了修理成本,即使实际修理花费远远大于缴费,也不再重复收费或加

价收费。平均下来,每两年的用车费用,远低于目前的养护成本。

经济学上有个经典案例:当年殖民者从非洲贩运黑奴来到美洲,从非洲出发时按人头付费,结果途中大批黑人死亡。后来改为按到达美洲时的人头结算,结果黑人的死亡率大大降低。

先服务,后付费,还是先付费,再服务,看似简单的位置变换,隐含的却是对服务本质与效益再认识的大命题。

时代的步伐在前进,但类似“黑奴运输”的“坏制度”在今天仍然比比皆是。

先修理后收费,使汽修行业中“没病乱修、小病大修、能换不修、能修强换”的乱象广受欢迎。换不该换的零件,做不该做的项目,甚至为了多修多挣,个别修理店人为损坏车辆,维修服务商与车主彼此丧失信任,市场秩序严重失衡。

我们无须责怪那些修车工人。扭曲的制度下,要实现效益最大化,多修滥修、过度维修就成为工人们的必然选择,这正如先付费、后点人的“黑奴贩运”制度。而由此产生的畸高成本,则是车主居高不下的负担,顾客与4S店的信任丧失,以及市场秩序的严重扭曲。

## 金刚钻:汽车零部件生命周期表

一个道理浅显,而且已被前人验证过的好制度,为什么一直没有大面积展开呢?关键在于成本控制。“先修车,后付费”的模式,无须投入任何“智力成本”和“管理成

本”,简单易行,收费方包赚不赔。而先付费,后修车,则将收费方置于成本不可预知的危险境地。

没有金刚钻,揽不了瓷器活。通过7年大数据积累的《汽车零部件生命周期概率表》、《汽车零部件BOM表》和《工具、设备、技术标准关联表》,是“修车宝”敢于推出“先修车后付费”的核心竞争力。

高强说,通过这三个文件,能精准计算出每个零部件的生命周期,从而锁定每辆车合理的收费价格;和国内外300多家汽车零部件厂商签订直供协议,用最低价格拿到优质零配件;在全国设立300多家爱马仕维修点,实现全链条服务。

4S店为主的传统修车模式中,客户车坏了,4S店才挣钱,损坏越严重,4S店赚得越多,这是一个很容易诱发性“恶”的制度。而“修车宝”则是客户的车好了,公司才赚钱,车越好越健康,“修车宝”赚头就越大。这是引导人们向“善”的“好”制度。

按“修车宝”的说法,任何车辆,只要行驶里程在20万公里之内,均可以根据需要购买修车宝,到期后还可以延续购买,直至达到30万公里。这一举措突破了汽车厂家保修极限,因自然磨损而损坏的几乎所有零部件,全部包含在“包修”清单中。

每次保养时,“修车宝”提前将可能发生的故障消除,并更换即将到达生命周期的零部件,确保车辆长期处于“健康”状态。这既降低了车主的养车成本,又增加了服务商的营业收入,还降低了尾气排放,延长了汽车寿

命,是个多赢的结果。

## 行业变局的大幕已经拉开

2015年初,交通运输部修订的国家标准《汽车维修业开业条件》实施,这意味着,长期独霸汽车维修市场的4S店模式已经开始走向末路。

在技术信息和配件公开的情况下,此举必将对4S店形成冲击。在价格的竞争中,质优价廉的维修点,必将成为消费者的首选。一些4S店的从业人员,也开始谋求自己开店。行业变局的大幕已经拉开。

和垄断消融同步的,是来势更为汹涌的互联网。许多汽车维修企业主动“联姻”互联网,基于互联网和大数据的网上修车、订单服务,上门服务等创新模式层出不穷。

巨变之下,制度的选择尤为重要。在“修车宝”工作车间,一些从原4S店跳槽的工人说,不用再挖空心思去给车主推销这清洗那保养了,重新找到了工作的尊严和信仰。

数据显示,目前我国约有1.3亿辆汽车,平均车龄3.23年,有一半汽车进入维修保养集中期。预计2015年超过保修期的汽车数量约为6700万辆,占汽车保有量的比重为5.4%,市场主要集中在维修、养护等方面。

巨量的汽车,孕育着巨额的商机。汽车社会的到来,则将汽车维修变得和衣食住行一样,成为生活必需品。在这个格局巨变的时代,谁拥有好的制度设计与选择,谁拥有好的服务质量与价格,谁将在本轮竞争中抢先站上制高点。(据新华社电)

## 电动公交车将迎来爆发性增长

本报讯 财政部、工信部、交通运输部近日发文,对城市公交车成品油价格补贴政策进行调整,逐年降低城市公交车成品油价格补助,并增加新能源公交车运营补助,最高可获8万元/年的补助。业内专家认为,在政策推动下,新能源客车前景比较乐观,可能会给电动公交车市场带来一次爆发性增长。

与以往新能源客车的补贴不同,该项规定第一次用“削油”结余的补贴款去“补电”,此举试图通过城市公交燃油补贴这一杠杆,遏制燃油公交车数量的增加势头,调动公交公司采购更多新能源车,特别是借此推广电动公交车的普及。

长久以来,电动车车因其高昂的价格,一直让众多公交公司望而却步,此次政策的调整为电动客车赢得发展机遇。在政府“萝卜加大棒”的引导下,客车制造企业转向新能源客车研发生产或将因此获得动力,公交公司也开始乐于接受新能源车,特别是借此推广电动公交车的普及。

尽管目前公交公司的电动客购车成本仍然较高,但其使用成本的降低,以及相比燃油车排放污染物的减少还是让其对电动客车越来越热衷。

值得关注的是,公交公司在面对纯电动客车、普通混合动力客车和插电式混合动力客车的选择时,多数公交公司热衷选择插电式混合动力客车。主要受两个因素影响:一是纯电动客车的购车价格太过昂贵,即使有补贴政策,公交公司对其价格仍然有所顾虑;二是基础设施限制,公交公司选择的纯电动客车大多为换电模式,这就意味着,需要该地区的换电站等基础设施相对完备,而插电式混合动力客车,充电设施相对简单,更容易实现。(君君)

## “双反”大棒落下 轮胎业面临大考

本报讯 美国一年前对中国轮胎出口企业推动的贸易保护大棒,终于落下来了。美国国际贸易委员会于美国时间7月14日针对原产于中国的乘用车和轻型卡车轮胎反倾销反补贴调查损害终裁投票表决,裁定中国输美产品对美国内产业造成实质性损害。此举意味着现在的关税将是最终的结案,并且将持续至少5年。业内认为,这一裁决将对中国轮胎业造成重大负面影响。

这是继2009年9月11日~2012年9月26日美国对中国乘用车和轻型卡车轮胎实施惩罚性关税(美对华轮胎特保案)之后,美国再次针对中国轮胎实施贸易保护。

中国橡胶工业协会的数据显示,我国乘用车及轻卡轮胎对美国市场的依赖度较高,中国轮胎产量的40%都要出口。自2014年6月开始的美对华轮胎的“双反”案,市场负面影响已经显现了出来,使得中国轮胎对美出口量骤降。数据显示,2015年1~5月,小客车橡胶轮胎出口量为68.1万吨,较去年同期下滑23.8%,输美轮胎12.8万吨,较去年同期下滑40.7%。

虽然在去年6月美国发起‘双反’调查之后,国内企业即着手将出口轮胎转移至中东、东南亚等新兴国家,但美国市场仍是中国轮胎出口第一大市场,其庞大需求是其他国家无法填补的,所以美国一旦开始征收高额的双反税率,对中国轮胎企业而言无疑是场灾难。目前来看,对美国出口的门槛已经越来越高,对个别企业而言,可以说已经关闭了门槛。

数据显示,80多家“中弹”的中国轮胎企业,大部分企业被“双反”的最终税率为60.17%,民企山东永盛橡胶集团有限公司的税率最高,为192.76%。此次裁决对于中国国有轮胎企业的打击或更大,被裁定的“双反”税率比其他企业高出一倍。风华、双钱、中策、贵州轮胎进出口有限公司等十多家国企的税率都高达122.86%。这意味着今后这些企业进入美国市场必须要支付相当于产品价格1倍多的关税。有分析认为,此次美国“双反”将使一部分中小轮胎企业面临生死考验。(文岩)

## 上海通用召回进口昂科雷

本报讯 日前,上海通用汽车有限公司向国家质检总局备案了召回计划,将自2015年10月1日起,召回部分进口2009至2012年款别克昂科雷汽车,生产日期为2008年8月15日至2012年2月1日。据该公司统计,在中国大陆地区共涉及23309辆。

本次召回范围内的车辆,在长期使用后,后举升门气压撑杆内可能有杂质颗粒进入,导致气压下降,由于后举升门的保护程序不够完善,极端情况下,气压撑杆不足以将后举升门维持在全开状态,若人员忽视或未注意到车辆的报警提示,并在后举升门开启区域内停留,会增加人员受伤风险,存在安全隐患。(前捷)

## 杭州,汽车智能充电桩可免费上网



7月16日,杭州黄姑山路试点投放了三组综合智能路灯项目,可对电动汽车进行充电,并配置视频监控探头,可查询周边停车位等信息的触摸显示屏以及免费Wi-Fi等功能,为电动汽车用户提供方便。李忠/CFP