

近日,中国汽车工业协会(简称“中汽协”)发布2019年及2020年车市预测报告,预计2019年中国市场汽车销量2583万辆,同比下降8%;预计2020年汽车销量小幅下降2%,销量正增长拐点或出现在2023年。业内分析人士指出,影响车市的负面因素将逐渐弱化。2028年销量将达到3300万辆,千人汽车保有量接近290辆。

值得关注的是,豪华车销量逆市增长,显示出消费升级的趋势。同时,二手车市场表现好于新车市场。专家指出,汽车产业已经进入存量市场阶段,以产品为导向的汽车产业链模式已不可持续,必须对其进行重构。要盘活存量来拉动增量,提高置换率拉动新车销售,增强新车和二手车两大市场的互动性。汽车产业要建立以客户价值为中心的生态圈,汽车生产企业应改变生产方式,更加关注渠道的健康发展。

明年车市难言乐观

对于2020年中国汽车市场的走势,不少机构及专家均认为不甚乐观。

在“2020中国汽车市场发展预测峰会”上,中国汽车工业协会秘书长助理许海东表示,今明两年汽车市场仍将延续下滑态势。预计2019年全年中国市场销售汽车2583万辆,同比下降8%;预计2020年汽车销量为2531万辆,同比下降2%。

谷歌大中华区资深预测算法顾问丁思涵预计,2020年中国市场汽车销量同比下降6.6%。国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青则预计,2020年中国汽车市场降幅将大幅收窄。中长期销量仍处于4%—5%的潜在增长区间,2028年新车产销规模将保持在3300万辆左右。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红近日在第十六届中国进口汽车高层论坛上表示,2020年汽车市场将继续下行探底,年底有望回暖。预计2019年汽车销量2500万辆左右,2020年销量2250万辆左右,同比下滑10%。2020年,汽车市场下行压力或向上游转移,汽车厂家压力将大于经销商。

也有专家对明年车市持谨慎乐观态度。在全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树看来,明年汽车市场走势将企稳,预计2020年国内汽车销量或增长1%,乘用车销量或增长1%。天津大学中国汽车战略发展研究中心主任郭敦预计,2020年中国市场汽车销量2750万辆,同比增长约6%。其中,乘用车2300万辆,商用车450万辆。

汽车市场结构性增长

多个因素影响2020年汽车市场走势。包括“汽车领域的消



新华社图片

明年车市机遇与挑战并存

汽车产业链模式面临重构

□本报记者 崔小粟

费刺激政策”因落地时滞或效果不及预期引发消费者观望,一定程度上延缓购车需求;国六提前实施和增值税下调,引发消费者对进一步降价的预期。尤其是第六阶段排放标准提前实施对汽车市场造成巨大冲击。这次排放标准切换提前期较长。同时,实施区域多,影响面积大,对消费者心理、厂家排产和经销商都带来巨大影响。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋强调,2018年中国汽车市场产销量同比下降8%,多数销量的“损失”体现在低端市场,尤其是10万元以下车型市场降幅明显。这部分消费群体对价格最为敏感;而中高端市场并未受到影响,保持低速增长。

中汽协数据显示,自主品牌乘用车市场份额持续下降。2019年1—11月,中国品牌乘用车市场份额为38.9%,同比下降三个百分点。付炳锋认为,这与消费市场对低端车型的消费需求减少有很大的关联。

豪华车销量却逆市增长。根据乘联会数据,豪华汽车品牌11月销量为20.24万辆,同比增长18.6%;1—11月累计售出200.3万辆,同比增长11.5%。“从另一角度看,这显示了消费升级的趋势,是汽车行业向高质量发展的信号。”付炳锋指出。

值得关注的是,二手车市场的表现好于新车市场,出现交易量和交易额双增长的态势。中国汽车流通协会副秘书长罗磊表示,预计2020年国内二手车交易量为1680万辆,同比增长15%;预计2019年全年交易量为1460万辆,同比增长5.6%。

中国汽车流通协会会长沈进军认为,这些特点充分反映了国内汽车市场已经进入存量市场。“过去大家更多关注增量,而现在汽车保有量已经达到2.5亿辆,存量市场成为必须要面对和关注的焦点。需要盘活存量来拉动增量,通过提高置换率

来拉动新车销售,增强新车和二手车两大市场的互动性。”

深化供给侧改革

付炳锋表示,目前汽车工业总体下行压力较大,但积极因素也在增多。例如,今年产销量降幅逐渐收窄,汽车行业新品推出较快等,尤其是智能网联汽车陆续推出,对年轻消费群体起到积极的拉动作用。

沈进军认为,目前以产品为导向的汽车产业链模式已经不可持续,必须对其进行重构,要建立以客户价值为中心的生态圈。汽车生产企业应改变生产方式,将“以产定销转为以销定产”,更加关注渠道的健康程度,并对合理的库存达成共识。同时,经销商要将核心的竞争力聚焦到提升运营效率,提高消费者体验和满意度上。

国家发改委产业发展司处长吴卫认为,中国汽车产业应承担新的使命,要做到三个方面,第一,必须摆脱依附于人和受制于人,真正形成自立、自强、敢于创新的优势。第二,通过改革开放和市场竞争实现真正的优胜劣汰,培育优秀企业。第三,充分发挥我国超大规模的市场优势,在电动化和智能化的战略转型中加快变革。吴卫表示,要破解人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分发展之间的矛盾,就要不断深化供给侧改革,通过高质量的发展,进一步满足消费者的需求。

吴卫指出,要继续稳定市场预期,对汽车产业发展充满信心。同时,促进改革,破除市场障碍和利益分割,尤其是要破除车辆流通中的障碍,使得产业循环更加畅通。继续发挥市场的主体作用,实现产业结构进一步优化;防范风险和无序发展,尤其是有效地防控产能结构过剩风险,去除落后无效产能和僵尸企业。

吉利控股总裁安聪慧：

企业全球化要先形成系统性竞争力

□本报记者 崔小粟

吉利控股集团总裁安聪慧近日接受中国证券报记者采访时表示,汽车企业进入一个新市场,想要形成竞争力就必须本地化。入股宝腾后,吉利提出了“北斗七星战略”,围绕人才、渠道、成本、质量、产业链、工厂改造以及开发新产品等方面对宝腾进行了全面改造。目前,宝腾汽车在马来西亚市场占有率达到16.2%,预计今年销量将突破10万台。宝腾汽车将于今年实现吉利入股后的首度盈利。

宝腾汽车今年或盈利

12月13日,宝腾X70在马来西亚丹绒马林工厂下线。

2017年6月23日,吉利控股集团与马来西亚DRB—HICOM集团签署最终协议,收购DRB—HICOM旗下宝腾汽车49.9%股份以及豪华跑车品牌路特斯51%股份。

30个月以后,宝腾首款SUV宝腾X70实现本地化生产,全面升级的丹绒马林工厂具备产能25万辆,是马来西亚产能最大的现代化、智能化的绿色工厂,总占地面积1280英亩,员工总数达1848人。

安聪慧表示,马来西亚是东盟前三大汽车市场,每年整体销量达60万台(包括乘用车及商用车),是打通东南亚市场的重要堡垒,而东南亚整体销量可达300万台。

宝腾汽车曾风光一时,有马来西亚国民车的美誉,后来因经营不善以及产品质量等问题连年亏损。

在吉利的帮助下,宝腾汽车销量重回马来西亚市场第二位,超过本田、丰田。数据显示,今年11月宝腾汽车销量9643台,同比增长100.1%;1—11月累计上牌89476台,同比增长50.4%,增长率稳居马来西亚品牌第一位。

宝腾汽车首席执行官李春荣表示,在合作管理、积极推出新产品和削减成本等因素推动下,宝腾汽车将走出多年亏损的低迷期,于今年实现盈利,明年会更好。这将是自2017年6月吉利收购其49.9%股份以来,宝腾汽车首个盈利年度。

DRB—HICOM财报显示,公司前三季度实现税前利润1.3亿林吉特(约合人民币2.2亿元),去年同期亏损4924万林吉特。其中,汽车业务板块第三季度营收24.22亿元林吉特(约合人民币41亿元),同比增长26%;前三季度营收46.57亿林吉特(约合人民币78.74亿元),同比增长40%。DRB—HICOM称,业绩表现良好主要由汽车业务贡献。

11月16日,吉利汽车在港交所发布的公告显示,吉利汽车将授予吉利控股集团知识产权,最终将由宝腾集团在许可地域从事许



可发动机设计、开发、制造、销售、推广及分销。根据协议,吉利汽车收取许可费,将带来额外收益以弥补研发成本。同时,吉利汽车认为,GEPP3许可协议将带动发动机产品技术出口,提升企业在东南亚市场的形象。

安聪慧表示,宝腾X70下线后,宝腾汽车将走向快速发展之路。吉利为宝腾汽车导入的下一个国产车型是X50。之后规划的产品将针对整个东盟市场开发,力争每年导入一款全新车型。

提升本地化程度

谈到对国际化的理解,安聪慧表示,汽车行业的属性决定企业必须实施国际化战略。

安聪慧表示,初期宝腾控股方DRB并不同意将博越作为导入宝腾汽车的首款车型,因为定位太高。马来西亚汽车市场以A0、A00级车为主,占比56%左右,价格多在每台2万到3万林吉特,希望导入一款能够走量的车型。但吉利坚持要把代表吉利水平的3.0产品拿出来,先立品牌,推荐先导入博越这款定价在每台12万林吉特左右的车。这对吉利亦或宝腾来说挑战不言而喻。

接管宝腾汽车后,吉利提出了“北斗七星战略”,围绕人才、渠道、成本、质量、产业链、工厂改造以及开发新产品等方面对宝腾进行全面改造。

“必须形成系统性的竞争力。”安聪慧表示,为了形成与博越相匹配的供应体系,吉利一方面把中国优秀的汽车供应商请进来与宝腾的供应商交流;另一方面把宝腾的供应商派出去向吉利

的供应商学习。此外,通过成立合资公司、独资公司以及技术支持等形式,帮助宝腾提升水平。例如,宝腾汽车、吉利战略投资的亿咖通科技与马来西亚通信运营商ALTEL共同成立技术合资公司,从产品研发、本地运维、质量管理、生态构建等方面协同资源,打造体系成熟的车联网服务提供商。“帮助他们就是帮助我们自己。”安聪慧说。

目前,宝腾汽车有38家本地供应商供应484种零部件,本地化率超过40%,未来将大比例提升本地化程度。

渠道方面,吉利对宝腾汽车进行了刮骨疗毒式改造。吉利接手前,宝腾经销商70%以上是1S服务商,只卖车、不修车,因为经销商对宝腾品牌没信心,不愿意做售后服务。新公司成立后,宝腾卖X70必须建立3S或4S店的同步服务。不到两年时间,宝腾已在马来西亚建成验收110家3S和4S店,数量位居马来西亚汽车市场第一位。

安聪慧表示,目前宝腾汽车在马来西亚市场的占有率达到16.2%,预计今年销量将突破10万台。宝腾汽车90%以上经销商达到盈利水平。预计明年宝腾汽车的销量将同比增长30%以上。按此估计,明年全年宝腾汽车销量将达到13万辆,在马来西亚汽车市场中的份额有望提升至20%左右。按照规划,宝腾汽车的长期目标是成长为马来西亚第一、东盟前三大汽车公司。

市场不同战术不同

同时,吉利汽车在欧洲的市场同步打开。据透露,吉利汽车在白俄罗斯的工厂已经投产,博越在俄罗斯市场的销量稳步增长。明年年底之前,领克产品将进入西欧市场。

安聪慧表示,吉利的全球化战略是通盘考虑的。“汽车企业要在全球拥有竞争力,出于协同效应考虑,品牌或产品要覆盖不同的细分市场。”

以吉利收购的路特斯品牌为例,路特斯将于明年向市场首先投放跑车产品。两年后,路特斯的SUV和大三厢轿车将陆续推向市场。路特斯品牌未来或侧重欧洲市场。

“不同地区市场需求不同,战术打法也不一样。比如,明年我们进入西欧等发达国家和地区市场,可能全部投放新能源汽车。总的原则是围绕当地市场需求,获得当地消费者认可。同时,在当地有较好的市占率。”安聪慧说表示,按照吉利对未来的品牌规划,路特斯以豪华超跑著名,处在金字塔顶端;沃尔沃定位豪华汽车,合资品牌领克属于吉利高端品牌,吉利品牌定位大众化,宝腾汽车则为东南亚专属品牌。“从上到下,品牌规划满足不同细分市场客户需求,品牌之间不打架,同时产生协同效应。这将考验企业的核心竞争力所在。”

节能减排趋势越发显著 汽车轻量化立上潮头

□本报记者 崔小粟

今年以来,随着一系列重磅政策的发布,国内汽车产业节能减排发展趋势愈加显著,对汽车轻量化提出了更高要求。特别是在车市持续萎靡、新能源汽车竞争愈发激烈的情况下,轻量化成为汽车产业从困境中突围的重要方向。在此背景下,东风汽车等龙头企业将汽车轻量化作为未来的重点发展方向,国恩股份等新材料龙头则加大在轻量化材料领域的布局。

节能减排重要手段

今年以来,多个省(区、市)先后宣布提前实施国六排放标准。同时,《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》修正案(征求意见稿)和《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》(征求意见稿)等多个重磅政策发布。节能减排将成为汽车产业未来发展的大趋势。

根据《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020)》,2020年当年生产的乘用车平均油耗降至5.0升/100公里。数据显示,2018年度中国境内141家企业共生产/进口乘用车2313.91万辆,平均燃料消耗量实际值为5.80升/100公里。这离目标仍有不小差距。

研究表明,汽车每减重15%,汽油乘用车可减少油耗5%,柴油乘用车可以减少6%的油耗,电动车可降低9%左右的电能消耗。近两年,国内车市持续萎靡,如何通过轻量化降低能耗、提高汽车性能,被不少业内人士视作汽车产业从困境中实现突围的重点方向。

今年7月以来,国内新能源汽车销量连续5个月同比下滑。随着特斯拉的国产,新能源汽车市场竞争将更加激烈,并对提高续航里程,提升新能源汽车的竞争力提出了更高要求。信达证券指出,提升续航里程主要有三种方法,而汽车轻量化方式是成本最低、最快速的可行方法。

在此背景下,不少龙头企业将轻量化作为了其未来发展的重要方向之一。以东风汽车为例,《东风2020—2030年科技发展规划纲要》今年9月发布,将协调发展9大重点技术领域。其中,轻量化放在电动化、智能化、网联化、共享化“汽车新四化”的前面,公司提出“汽车五化”发展。

布局轻量化材料

在汽车轻量化的诸多方案中,玻纤、碳纤维等轻量化材料的应用成为主流方向。以碳纤维为例,信达证券指出,碳纤维具有密度小、强度高、热膨胀系数小、导热性好、耐腐蚀性好、耐磨性好等特性。碳纤维应用于汽车后,有利于实现汽车轻量化,提升汽车的节能、加速、制动性能。

近年来,以玻纤、碳纤维为代表的先进高分子复合材料产业蓬勃发展,并开辟了广阔的市场空间。据Market-sandMarkets预测,全球复合材料(主要是碳纤维复合材料、玻纤复合材料及其他)的市场规模将从2015年的695亿美元上升至2021年的1052.6亿美元,年平均复合增长率为7.04%。

在11月底举行的“新材料应用发展大会暨汽车轻量化非金属材料产业联盟研讨会”上,中国电动汽车百人会新能源汽车研究院副院长高翔表示,碳纤维复合材料总装环节少,规模化应用具备产业可行性,未来空间巨大。经过测算,2020年汽车碳纤维总需求有望达到69万吨,对应市场规模483亿元。

在广阔的市场前景面前,中国巨石、中材科技、光威复材、国恩股份等上市公司加快对轻量化材料市场的布局。

新材料龙头企业国恩股份指出,公司与北汽研究院进行热塑性纤维复合材料产品技术合作,开发推出座椅骨架横梁总成等新型轻量化复合材料产品。公司是国内首家推出将玻璃纤维增强复合材料用于汽车关键性结构件生产的企业,在保证强度的同时实现大幅减重。

2017年,公司募资7.5亿元用于先进高分子复合材料项目,达产后将形成年产近四万吨的先进高分子复合材料产品的生产能力,新增玻纤、碳纤维、连续纤维增强热塑性材料等高品质复合材料及复合材料制品。今年9月4日,公司表示,该项目部分设备已完成安装调试。