

4月车市转暖 “V型反转” 态势显现

□本报记者 崔小粟

销量回暖

“4月订单与去年同期持平。”长城汽车经销商北京泊士联公司总经理赵保中告诉中国证券报记者,进店买车的消费者大部分为刚需。“现在与疫情以前的客户源明显不一样。以前一天进店20个客户有2个成交;现在一天20个客户有8个成交。”

长城汽车5月8日发布的数据显示,4月共销售新车80828辆,环比增长35%。其中,国内销量同比、环比双增长,共销售新车78804辆,同比增长2%,环比增长46%。

吉利汽车、上汽集团、长安汽车、江淮汽车等头部车企销量均同比增长。吉利汽车4月总销量10.55万辆,环比增长44%,同比增长2%,其中领克品牌同比上涨约12%。长安汽车4月销量15.96万辆,同比增长32%。上汽集团4月汽车销量41.76万辆,环比增长80.4%,同比下降8.6%。其中,上汽通用五菱4月销量达12万辆,同比增长13.5%。

“对5月及二季度市场充满信心。”吉利控股集团总裁安聪慧表示,一系列稳定和扩大汽车消费的政策出台,为行业复苏打下了基础,中国汽车市场长期向好趋势不变。

中国汽车工业协会统计的重点企业销量快报情况显示,4月汽车行业销量预计完成200万辆,环比增长39.8%,同比增长0.9%,1-4月汽车行业累计销量预计完成567万辆,同比下降32.1%。中国证券报记者从中国汽车消费论坛获悉,4月下旬以来,国家重点监测的零售企业汽车销售额比3月下旬增长超过两成,回补势头向好。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树对中国证券报记者表示,主流厂家一季度销售受阻,4月份出现较大反弹回补,车市出现V型反转态势。“这是一种延迟性的消费。”崔东树表示,从去年上半年开始,车市一直处于去库存状态,经销商整体库存偏低。今年4月份生产逐步恢复,供给情况得到相应改善。

商用车方面,4月重卡销量整体“井喷”,远超市场预期。根据第一商用车网

数据,4月我国重卡市场销售各类车型约18万辆,环比上涨50%,同比增长52%。销量数据打破了重卡单月销售纪录。其中,一汽解放、东风汽车、中国重汽4月销量分别为5.7万辆、3.5万辆、2.45万辆,同比分别增长89%、41%、38%。

天风证券汽车分析师认为,今年2-3月受疫情影响,重卡需求被压制。随着复工复产稳步推进,3月中旬开始重卡需求迅速转暖,很多被压制需求在4月得到释放。分车型看,物流重卡需求依然好于工程重卡。

厂家促销

“‘五一’期间店里销量同比增长20%。”赵保中告诉中国证券报记者。

5月8日,商务部副部长王炳南在国务院联防联控机制新闻发布会上表示,“五一”期间,汽车、家电等前期被抑制冻结的耐用消费品销售明显回升,上海、重庆、浙江重点监测企业汽车销售额同比分别增长49.6%、28.5%和8.8%。

在上海市首届“五五购物节”期间,上汽集团推出多项购车优惠,包括现金折让、置换补贴等以及保险、税费、售后服务赠送等。数据显示,5月1日至6日,上汽集团在上海地区收获47934个意向客户,获得5527张订单,同比增长57%。

赵保中认为,5月需求旺盛与厂家的补贴方式密不可分。“除了直接降价,厂家的‘99抵1000’‘999抵3000’的线上抢券活动吸引了不少消费者,买车的客户几乎都拿着券。”

据中国证券报记者不完全统计,自疫情以来,上汽通用五菱3个月累计向市场投放了55亿元购车补贴,长城哈弗投放6亿元补贴,广州市政府与广汽集团联合补贴超过10亿元,长安欧尚投入超过7亿元补贴等。

一些地方政府也出台了补贴措施促进汽车消费。浙江、四川、江苏、广东、江西、陕西、北京、上海等地出台了以旧换新、汽车下乡、老旧机动车淘汰、新能源汽车补贴、汽车消费金融补贴等政策。

崔东树认为,厂家与经销商的促销活动使消费者购买活力得到了相应释

放。去年同期处于国五国六标准实施切换前期,出现“恐慌性甩卖”,今年5、6月车市将面临较高的基数压力。

分化明显

受疫情等因素影响,车市分化愈加明显。主流车企销售量扩大,弱势企业市场份额进一步缩减。从一季度及4月数据看,*ST海马、众泰汽车、力帆股份等车企市场份额被龙头车企蚕食。

数据显示,*ST海马4月销量为1376辆,同比下降48.08%。值得关注的是,*ST海马的销量构成中仅包括SUV车型,轿车和MPV等车型处于停产状态。

众泰汽车预计,2020年1-6月净亏损7亿元至10亿元,同比下降141.04%-244.34%。公司表示,受疫情影响开工时间减少,产品和原材料物流运输不畅,销售订单大幅减少,产能利用率不足导致固定成本增加。力帆股份在一季报中披露,受疫情和资金紧张影响,公司营收有所下降,下一报告期可能继续亏损。

崔东树认为,市场分化明显,长城、吉利等头部企业产品性价比不断提升,销量不断走强;一些尾部企业在疫情影响下销量大幅下降,优胜劣汰加速。

招商证券汽车分析师认为,国内大部分地区疫情基本得到控制,企业生产秩序以及社会经济活动逐步恢复常态,叠加刺激汽车消费的政策“组合拳”助力,车市在一季度大幅下滑后逐步企稳。汽车作为居民耐用消费品,需求会被短期抑制但不会消失,一季度被抑制的汽车消费需求有望在后期逐步释放。车市目前处于筑底阶段,景气度上行持续性需进一步观察。

在易车研究院首席分析师周丽君看来,下半年车市走势仍需警惕。初步测算,一季度销量需求抑制大约在100万辆。按照购车周期推算,上述100万辆需求在二季度会被大规模释放。同时,地方政府和车企的补贴基本集中在二季度,促销会创造50万-60万的新增销量。“7、8月是传统淡季,加上二季度大力促销的提前透支,预计今年的‘金九银十’效应不会太明显。”

线上营销渐成 汽车销售“第二战场”

□本报记者 宋维东

突如其来新冠肺炎疫情倒逼车企更加重视线上营销,“透明工厂”、“明星带货”、构建线上服务闭环等模式不断涌现,将线上视为汽车销售、维护客户关系、增强品牌影响力的“第二战场”。

业内人士表示,线上营销突破了时间与空间限制,打通了消费者与车企的壁垒,预示着汽车行业生态体系可能全方位改变。

发力线上营销

5月7日,上海与阿里巴巴集团共同建设的云上会展有限公司正式成立。吉利控股集团董事长李书福作为受邀的车企代表之一,以视频形式与现场“云连线”,共同探讨汽车产业发展。

李书福表示,新冠肺炎疫情对全球汽车市场的影响依然没有停止。随着我国疫情防控向好态势进一步巩固,国家和地方政府及时出台了一系列稳定和扩大汽车消费的政策,有效推动市场复苏,中国汽车市场正在恢复常态,长期向好的趋势不会改变。

在吉利控股发布的视频中,李书福试驾了极星旗下首款纯电动高性能车型极星2,并介绍了这款新车的特点和优势,开启“云带货”模式。

实际上,疫情发生后,不少车企高管转投线上做起“主播”,或参与新车发布,或加强与消费者沟通。汽车营销方式迅速变革,线上营销成为车企营销的“新常态”。

以一汽奔腾为例,在奔腾T77 PRO正式发布上市的前三天,一汽奔腾于3月4日至6日开启了“透明工厂”线上参观活动,号召全民监督工厂透明化,让消费者提前深入了解T77 PRO的生产过程。消费者通过“云监工”,可以看到奔腾的冲压工厂、焊装工厂、涂装工厂、发动机工厂、总装工厂,借助“实景镜头+文字”的方式,深入了解了奔腾生产线。

线上销售成果正在显现。长城汽车5月8日发布的销量数据显示,4月长城汽车共销售新车80828辆,环比增长35%。其中,国内销量实现同比、环比双增长,共销售新车78804辆,同比增长2%,环比增长46%。

长城汽车表示,公司的创新营销发挥了重要作用。公司积极向在线化、数字化营销转型,充分利用互联网、汽车电商平台和庞大的经销商体系优势,打通线上、线下渠道,开启汽车销售新模式。

期间,哈弗品牌开启了“云团购”活动与“全民掘金”计划设立10个线上直播专属销售平台,成功斩获2万余辆订单;哈弗F7携手罗永浩组成“哈罗”组合,几个小时的直播预估销售额达15.65亿元,创造了汽车行业直播带货新纪录;WEY品牌开启“3D云车展+明星带货”双矩阵营销模式,联手多家线上平台,将用户看车、购车、享补贴等行为由线下转移至线上;欧拉品牌构建线上、线下立体营销新模式,天猫订单16天就达到2212笔。

加速开拓渠道

无论是自救或是借机加速开拓渠道,车企营销纷纷转战线上,这种方式正在改变传统汽车流通市场的发展。

西南某车企一位销售人员向中国证券报记者表示,线上营销相对来说更节约成本,场地、物料、户外广告成本减少。节约出来的成本可以用来网络投放或作网络直播。但汽车产品本身有其特殊性,营销是一种需要体验的活动。从目前情况看,用户的购买流程主要是线上观看、线下体验。车企开展大量的线上活动也是因疫情原因没办法更好地开展线下活动。

该销售人员同时表示,经过过去一段时间的实践发现,线上活动的关注度与流量都不错,二季度以来的销量恢复较快。大家都在尝试各种线上玩法,积累更多经验,以便在日后的营销中加以运用并发挥更大作用。

4月16日,特斯拉宣布入驻天猫,开设特斯拉国内首家第三方平台官方旗舰店,将线上模式拓展至第三方平台,形成售后服务、用车服务、专属配件的线上服务闭环,用车的全生命周期几乎完全实现线上化。特斯拉表示,入驻天猫可大幅增加特斯拉的用户触点,是本土化渠道拓展的一次突破。

业内人士表示,特斯拉并未将其天猫旗舰店视作卖车的直接渠道,但提供全系车型的试驾预约服务,并在平台上开展直播。这些都会为整车销售引流。这将是继建设上海超级工厂、国产Model 3与Model Y之后,特斯拉在华本土化布局的进一步突破,有助于形成“售后服务、用车服务、专属配件的线上服务闭环”。

有专家分析认为,特斯拉与天猫的合作,可以借助其平台影响力与用户流量迎来新的营销爆点,其将持续深化在品牌影响力与用户认知,尤其是与新生代互联网用户形成共鸣。这将推动国内传统主机厂及其他造车新势力加快转型,探索更新、更贴近用户的营销模式。

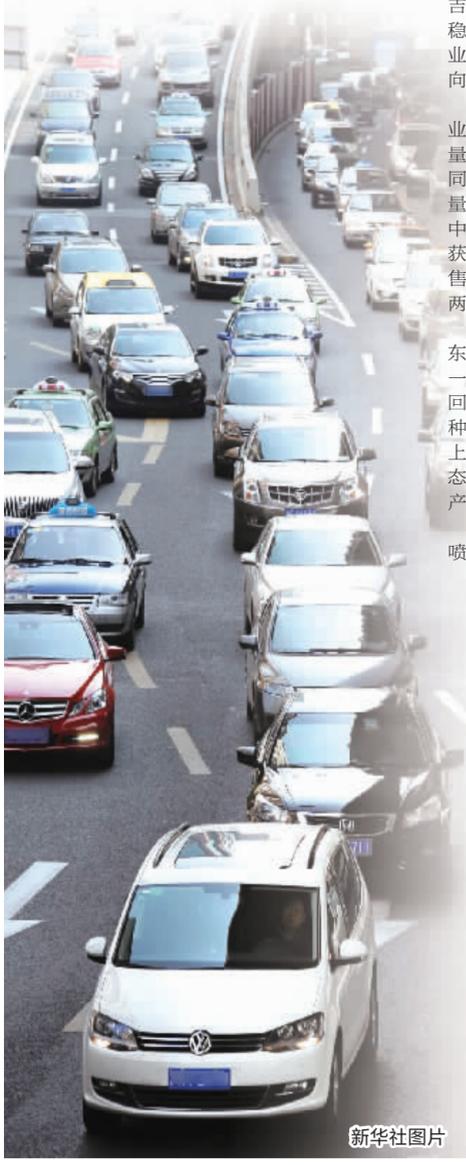
同样,对于一汽奔腾开启的直播模式及打造“透明工厂”的举动,公司相关人员表示,奔腾开放“透明工厂”,将核心生产领域向大众透明化展示,就是要向消费者展示奔腾的生产硬实力以及生产优质产品的决心;同时,搭建与消费者交流的新平台,以更便捷的方式让消费者直观地了解企业和产品,创新营销方式。

线上线下融合

当前移动互联网、大数据、5G等技术快速发展,推动传统车企在运营模式和营销模式方面发生改变。特别是此次新冠肺炎疫情更加速了这种改变。线上与线下融合,各车企将投入更多资源,探索与打造新的商业模式,加快转型步伐。

上述业内人士表示,在互联网因素渗透到各行各业的当下,汽车研发、设计、制造、营销和服务等环节都在改变,整个产业链将发生变化。基于此,进一步深入探索更多适应新趋势的线上营销模式十分必要。对于以往以线下为主战场的车企而言,短时间发力线上营销并见到实效难度不小,但要抓住汽车智能化、电动化、共享化、网联化的新机遇,转变观念跟上市场新步伐。

同时,在以体验营销为主的汽车销售中,逐步推广的线上销售模式仍存在不少痛点。“这需要车企各部门通力协作,实现协同,而不只是销售部门的事情。”上述人士说,“唯有抓紧补齐短板,提高相关人员的职业技能和业务素质,精准了解消费者需求,提高产品力,确保研发生产、线上销售、后期验车、交车、售后服务等环节协同一致,实现线上、线下协同配合,才能不断提高营销实效。”



新华社图片

江淮汽车 纯电动轿车iC5上市

□本报记者 崔小粟

5月10日,江淮汽车纯电动轿车iC5上市。江淮iC5是江淮汽车与德国大众合资后首款共线生产车型,定位纯电动紧凑型轿车,NEDC综合工况续航里程达530公里。

江淮汽车新能源乘用车公司总经理夏顺礼介绍,江淮新能源坚持全球视野下的合资合作与技术创新,逐渐成为推动新能源汽车大规模市场化的重要力量。

外观方面,江淮iC5基于江淮嘉悦A5打造,采用全新设计语言,前脸采用封闭式设计并搭载单眼大灯;穿透式鲨鱼鳍窗搭配流动贯穿式LED尾灯;车身整体呈流线型水滴式,尾门为掀背式轿跑设计。

电池方面,江淮iC5搭载64.5kWh的蜂巢电池,综合工况续航可达530公里,快充10分钟能达到可供行驶90公里的电量。据江淮华霆董事周鹏介绍,蜂巢电池拥有UE模组、TM热管理和AT热失防护三大电池核心技术。这种蜂巢电池采用圆柱型21700电芯,尺寸小,每颗电芯均带有双防爆阀,并通过导热胶绝缘,即使单体失效也不会扩散。

性能方面,新车为江淮汽车和德国大众合资后共线生产的纯电动轿跑。iC5应用三合一深度集成式电驱系统,峰值扭矩达340N·m,0到50公里/小时加速时间仅需3秒,0到100公里/小时加速时间小于7.6秒。

北京京能同鑫投资管理有限公司 招聘启事

京能集团拥有京能清洁能源、京能电力、昊华能源、京能置业、熊猫绿能共五家上市公司,集团总资产3100亿元。为推动转型升级,培育发展新动能,京能集团发起设立了京能能源科技并购投资基金,目标规模100亿元,第一期30亿元。基金重点投资能源科技、节能环保领域。基金由北京京能同鑫投资管理有限公司(简称“京能同鑫”)负责管理,京能同鑫为集团全资子公司。

根据公司和基金发展需要,现面向社会公开招聘12名工作人员,公告如下:

一、招聘岗位信息

序号	部门	岗位	职位	人数	职责	任职要求	工作地点
1	前台	投资管理岗	总监 / 副总监 / 高级经理	5	1.负责对公司重点投资的八大行业【高效太阳能与风能利用,氢能、燃料电池与锂电池,先进储能,分布式核能,能源互联网与多能互补,节能与能效提升,具有独特技术的垃圾发电、光热发电、薄膜发电,具有资源特征的充电桩与动力电池回收利用】进行行业和市场分析、行业项目拓展,客户关系维护,项目投资分析,尽职调查、投资决策等相关工作。 2.进行项目投后管理,风险管控和估值分析。 3.结合国内外宏观经济形势、国家产业政策及基金投资政策等制定投资策略,服务投资业务开展。 4.制定和完善投资业务评审标准、评审体系,负责投资评审日常管理。	1.教育背景为金融、理工相关专业,理工与金融(或财务、统计等)复合职业背景优先。 2.至少5年以上大中小型基金、投资管理公司或投资银行相关工作经验。	北京
2		法务管理岗	副总监 / 高级经理	1	1.为公司投资项目提供法务服务,负责投资项目法律尽职调查。 2.负责起草修改审核协议,负责选聘和管理外聘律师事务所,负责公司对外争议的处理。 3.负责公司内部有关法律规章制度的修订,负责公司合规检查、合规报告、合规宣传与培训等工作。	1.教育背景为金融、理工相关专业,理工与金融(或财务、统计等)复合职业背景优先。 2.至少5年以上大中小型基金、投资管理公司或投资银行相关工作经验。	北京
3	中后台	风控管理岗	副总监 / 高级经理	1	1.负责投资项目风险分析、监测和集中管控,负责资产价值评估、估值模型搭建工作,负责投资项目操作过程中的风险审查,参与项目尽职调查,出具风险评审报告。 2.负责公司资金运营的风险监测。 3.负责搭建公司风险管理体系和制度。	1.具有5年以上上基金、投资管理公司等金融机构风控、稽核等工作经历。 2.具有证券公司合规管理资格证书。	北京
4		财务管理岗	总监 / 副总监 / 经理	3	1.负责投资项目的财务管理、预算执行管理和税收筹划工作,负责投资项目的审计工作。 2.负责拟投项目的财务尽职调查及内控评估工作。 3.负责基金管理公司的财务业务工作。	1.总监 / 副总监需具备5年以上基金公司财务管理、资金运作等相关工作经历。 2.财务经理需具备3年以上财会工作经历。	北京、投资项目所在地
5		综合管理岗	高级经理 / 经理	2	1.负责基金管理公司党务、工会、行政等事务工作。 2.协助完成人员培训、社会保险、薪酬福利等人事管理工作。 3.负责基金管理公司会务组织和文字材料的撰写工作。	至少5年以上相关工作经验。	北京

二、招聘工作安排

公开招聘工作分为网络报名、资格审查、考试测评及聘用,具体包括以下环节:

(一)网络报名

报名时间为2020年5月6日-5月31日。

有意向者请识别公告下方二维码下载附件《北京京能同鑫投资管理有限公司公开招聘报名表》,按要求逐一填写,并将其与学历学位证、相关资质证书等应聘岗位需要的证明材料扫描打包压缩发送至报名邮箱 jntxzhaojin@powerbeijing.com。申报邮件及附件文件包请以“京能集团-应聘岗位-姓名”形式命名。每人限报1个岗位。

(二)资格审查

公开招聘工作组对报名人员进行资格初审,并通过邮件方式通知报名人选资格审查情况。资格审查贯穿公开招聘全过程,凡弄虚作假者,一经查实,即取消参加公开招聘资格。

(三)考试测评及聘用

本次公开招聘考试测评包括笔试、面试两个环节。综合笔试、面试情况,择优确定聘用人员,办理聘用手续。

三、薪酬及待遇

聘用人员实行年薪制,享受国家规定国有企业统一标准的法定假日、带薪休假、带薪培训、健康体检等福利待遇,按照规定缴纳五险一金。

四、其他事项

1.报名截止日期:2020年5月31日。

2.咨询电话:(010)85219882、15910687088。

3.应聘人员应保证所提供的应聘材料真实可靠,如有虚假,取消考试或聘用资格。我司承诺为应聘者信息保密。

北京京能同鑫投资管理有限公司
2020年5月6日

