

# 乐观预期浓厚 明年汽车市场料保持回升

## 服务运营商深度入局带来变数

□本报记者 崔小粟

12月11日,中国汽车工业协会发布报告,预计2020年国内汽车总销量2530万辆,同比下降2%;2021年总销量为2630万辆,同比增长4%。中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋指出,明年汽车市场预计将呈缓慢增长态势,未来五年汽车市场将保持稳定,2025年汽车销量有望达到3000万辆。

业内人士指出,2021年滴滴等服务运营商巨头将深度入局车市,短期带来增量,长期看则为市场带来更多变数,不同生态、不同行业将在汽车领域进行博弈。

### 明年车市料触底反弹

不少机构及专家对2021年中国汽车市场表示乐观。中国汽车工业协会副总工程师许海东在2021中国汽车市场发展预测峰会上表示,2021年中国汽车市场总销量预计在2630万辆,同比增长4%。其中,新能源汽车预计销量180万辆,同比增长40%;乘用车预计销量2170万辆,同比增长7.5%;商用车预计销量460万辆,同比下降10%。

根据中国汽车工业协会和天津大学中国汽车战略发展研究中心联合发布的《中国汽车市场中长期预测(2020-2035)》报告,2019年国内千人汽车保有量达到179辆。目前中国汽车市场处于普及后期阶段,汽车保有量还有很大增长空间。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青认为,汽车市场回升可以持续。“汽车市场由中高速增长转向中低速增长,千人汽车拥有量增速将回落到5%左右。”王青说,在不考虑技术和商业模式创新条件下,到2028年我国汽车保有量约为4.1亿辆,千人汽车拥有量约288辆,新车产销规模将保持3200万辆。

中汽数据有限公司市场数据室主任李冰阳认为,2021年乘用车市场将呈现恢复性增长,商用车在2020年透支的情况下将出现下滑,但汽车市场有望触底反弹,预计市场规模达到2515万辆,同比增长3.1%。

乘用车方面,上汽集团质量和经济运行部市场与品牌管理总监郝鸿预计,2021年乘用车批发量同比增长10%。商用车方面,东风汽车集团有限公司战略规划部战略发展研究中心业务主任王帆预计,2021年商用车市场下滑13%左右,但整体销量仍将保持高位。同时,新能源汽车对公市场将迎来明显修复,而强势新产品供给增加将加快在私人市场渗透,预计2021年新能源汽车销量将达到140万辆,同比增长27.3%。

### 低迷市场不乏亮点

中汽协表示,汽车产业受到疫情冲击,虽然二季度以来新车销量大幅回升,但总体仍处于负增长态势。《关于新能源汽车免征车辆购置税有关政策的公告》《关于完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》等政策推出,促进了汽车消费。

同时,为稳定汽车消费,地方政府相继出台了多项促消费政策,新能源车补贴、燃油车购置补贴,以旧换新补贴,汽车下乡补贴和放宽限购等,均能刺激当地的汽车消费。据不完全统计,已有30个省(区、市)出台了实质性的补贴政策,补贴金额大部分在3000元-5000元区间,预计累计达到数百亿元。

中汽协数据显示,1-11月,我国汽车销量2247万辆,同比下降2.9%。李冰阳表示:“疫情是导致市场低迷的重要因素。但低迷的市场中不乏亮点。其中,商用车、二手乘用车、豪华车、新能源车以及常规混合动力车等细分市场已逐步恢复增长。”

豪华车市场引领整体市场复苏。根据中汽数据中心数据,1-11月豪华车销量同比增长11%,豪华品牌BBA(奔驰、宝马、奥迪)增量贡献率为48.2%。

李冰阳认为,一、二线城市进入疫情常态化管控阶段,营销活动 and 车展陆续开展,带动市场加速回暖。其中,一线城市11月销量同比增长23.2%,引领全国乘用车市场增长。

不过,郝鸿指出,受疫情影响,返乡就业人口回流,改变了区域销售结构,带动三线市场的份额提升。王帆指出,2020年商用车受国三淘汰、按轴收费等政策影响,导致车辆集中采购、置换,预计未来政策走向将以促进产品升级、技术升级、排放升级、模式升级为主。整车制造销售的利润将向出行服务、维保、二手车等后市场转移。

### 汽车领域博弈新变化

多个因素利好2021年汽车市场。许海东认为,宏观经济持续稳定恢复,政策层面促进产业发展,推动汽车市场消费,在新能源车及二手车方面给予较多的财政支持。而地方政府层面更多给予补贴,降低购买新车成本,且部分限购城市放开汽车号牌。

许海东强调,2020年企业的降价促销政策一定程度上提升了新车销量,存在透支2021年销量的可能性。如果促销政策取消,会在一定程度上拉低新车销量。

王青表示,明年汽车市场增速取决于三大因素:疫情、宏观经济和消费政策。在正常情况下,被抑制的消费需求将继续释放,加之促进汽车消费政策不断出台落实,汽车市场整体保持回升势头。

李冰阳认为,2021年新能源车、豪华车仍是市场亮点。乘用车在低基数下恢复正增长,在高端换购需求以及新产品驱动下豪华车、新能源车将延续增长态势;受2020年透支影响,2021年货车销售将呈现下滑态势。

智能网联领域,郝鸿说,未来汽车行业商业模式将类似手机的基于底层系统的移动服务,比如OTA升级、互联网内容服务、APP对接、系统使用许可费等。本质上都是对软件和内容进行收费。

在一汽-大众销售有限责任公司执行副总经理、大众品牌执行总监马振山看来,2021年造车新势力或许不再是“新势力”。滴滴等服务运营商巨头将深度入局车市,将为市场带来更多变数。“短期看,这是车市利好因素,将对2021年市场带来增量;长期看,不同生态、不同行业将在汽车领域进行博弈,将搅动造车板块以及软件板块。”马振山说。

从中长期看,付炳锋指出,“十四五”期间汽车行业将经历一轮转型升级的过坎期。电动化、智能化、网联化将成为汽车产业发展的新机遇。经过本轮升级,中国汽车产业将更加具备国际竞争能力,并迎来更好的发展期。“汽车消费升级主要体现在换购、增购,15万元以上的中高端汽车销量占比将逐年增长。一汽、吉利、长安、长城等自主品牌车企近两年迅速崛起,蔚来、小鹏、理想等造车新势力发力新能源汽车市场,竞争加剧促进车企加速转型。”



新华社图片

## 中国将成全球最大“存量”市场

# 汽车后市场蕴藏逾万亿“黄金”

□本报记者 宋维东

汽车后市场迎来新的发展机遇。相关报告预测,中国汽车保有量有望在2025年前超过美国,成为全球保有量最大市场。届时,中国汽车后市场规模将达到1.7万亿元规模。

业内人士表示,我国汽车产业正由成长期迈入成熟期。随着汽车保有量及车龄的持续增长,“后市场”迎来蓬勃发展历程。

### 汽车报废不再“论斤卖”

汽车后市场围绕使用过程的各种服务,主要包括汽车金融、汽车租赁、汽车用品、二手车交易、汽车养护与维修、汽车报废等,被看成汽车领域的“黄金产业”。

天风证券指出,按照欧美日等成熟市场的规律,每辆车在生命周期的使用成本约为车价的2至3倍。在汽车产业链中,汽车后市场的利润来源稳定,约占汽车产业链总利润的60%至70%。

公安部交管局发布的数据显示,截至2020年9月,全国机动车保有量达3.65亿辆。其中,汽车2.75亿辆,占机动车总量的75.34%。69个城市汽车保有量超过100万辆,12个城市汽车保有量超过300万辆。汽车保有量超过100万辆的城市相比去年同期增加了3个。北京汽车保有量超过600万辆,成都汽车保有量超过500万辆,重庆、苏州、上海汽车保有量均超过400万辆。

相关市场人士表示,按照海外市场用车经验,车龄超过5年后将迎来大型维修保养高峰期。汽车后市场正成为新的产业发展焦点和投资热点之一。

商务部新闻发言人高峰12月10日表示,促进商品消费方面,将着力推动扩大重点商品的消费,其中要积极发展汽车养护、维修、保险、租赁等汽车后市场,畅通新车、二手车、报废汽车的流通循环。

以报废汽车业务为例,今年9月1日起实施的《报废机动车回收管理办法实施细则》,将曾经统一报废处理的汽车零部件划分为“五大总成”及其他零部件进行拆解回收、循环利用,不再像以往“论斤卖”,改变了一辆报废车只卖几百元现象,这不仅能提高车主报废机动车的积极性,也能一改报废车回收拆解企业“吃不饱”“收车难”的局面。

相关数据显示,2019年全国汽车回收数量195.1万辆,回收率仅为0.75%,远低于欧美等市场3%至5%的汽车报废回收率。业内人士认为,上述细则的实施,可以有效提高报废车辆的价值,回收企业将依据报废车辆的车况对报废车辆重新定价,实现“一车一价”、精准回收。汽车拆解市场有望成为千亿元级市场。

### 上市公司积极布局

12月11日,中汽协副秘书长陈士华在2021中国汽车市场发展预测峰会上直言,“零部件企业规模相对较小,这几年由于给整车配套难度增大,很多零部件企业转向了汽车后市场。汽车后市场未来空间很大,利润不比给整车配套低。”

面对汽车后市场的巨大投资机会,不少整车企业、零部件企业及互联网企业积极抢占“风口”,相关上市公司积极布局。

例如,冠盛股份表示,近年来中国市场汽车保有量稳步增长,汽车后市场的需求与汽车保有量及车龄紧密相关。汽车保有量越大,车龄相对越长,需要修理的车越多。售后市场的零部件需求越大,汽车维修所需的零部件需求将带来持续增长。公司正着力开拓国内相关市场。

福田汽车表示,除研发、生产、销售商用车外,公司为客户提供汽车后市场服务,围绕客户全生命周期业务经营,包括快修服务、配件服务、运营金融/保险服务、后市场车联网等。目前,公司已形成集整车制造、核心零部件、汽车后市场为一体的汽车生态体系。

道通科技称,公司研发方向紧紧围绕汽车后市场的智能诊断、检测分析仪器系统及汽车电子零部件等产品。未来将继续把握汽车智能化、网联化、新能源三大方向,加大在相关领域的研发投入,丰富产品类别和系列,提升产品技术水平、质量和可靠性。

国内最大的汽车经销商广汇汽车表示,我国汽车后市场空间越来越大。公司将在保持新车销售业务稳步发展的基础上,加快汽车后市场业务的发展,继续完善汽车销售服务生态圈。

天奇股份表示,公司循环产业遵循“一体两翼”的战略布局,依托于公司现有的报废汽车回收拆解业务及与合作方构建的全国性销售体系,开展汽车核心零部件再制造业务及电池回收再利用业务。公司初步形成了“回收—拆解—再制造—销售”的产业链。公司将顺应汽车回收拆解行业政策,充分挖掘汽车后市场产业链价值,着力构建汽车全生命周期产业链闭环。

安车检测表示,公司将充分发挥行业主导地位的优势,进一步延伸产业链,切入检测站运营及相关汽车后市场。

### 数字化引领产业升级

在经过多年发展,中国汽车后市场面临转型升级的问题。当前,汽车后市场存在不少痛点,如高度分散、竞争不规范、产业效率提升速度较慢、服务标准需要进一步探索、消费者对后市场服务企业的认知度和信任度不高等。

相关行业专家认为,推动产业升级、数字化整合及提升已成为行业不可逆转的趋势。汽车后市场的服务将从汽车本身向外延伸,特别是一些基于新经济、新技术的增值服务。

数字化时代给汽车后市场带来广阔发展空间,也对市场参与者提出了更高要求。对于汽车后市场的发展,德勤建议,在数字化发展趋势下,企业要积极探索新渠道模式,做强纵向整合,积极探索数据变现新机会。同时,要在做好数字化、标准化驱动能力升级的同时,积极寻求供应链平台赋能,巩固非标类业务等。

面对行业迭代升级加速、新模式层出不穷、价值链分工和地位不断变化的趋势,“回归后市场商业本质,在资源整合基础上的终端用户服务品质和体验将是永恒的制胜关键。”德勤指出。

## 东风集团加码布局 高端新能源汽车

□本报记者 崔小粟

在港上市15年后,汽车龙头公司东风集团将回归A股市场。12月11日,创业板上市委员会2020年第55次审议会议召开,东风集团等4家企业均顺利过会。东风集团此次拟公开发行不超过9.57亿股,募资210亿元。

### 商用车领域具备优势

上市委对东风集团与合营联营各方的合作以及“岚图”新能源汽车项目实施风险提出了问询。

上市委指出,报告期内,东风集团对合营、联营企业的投资收益是其营业利润的重要来源且依赖度较高;乘用车板块的收入和毛利率持续下降。要求说明发行人与合营、联营各方的合作稳定性及可持续性。结合乘用车行业发展趋势及发行人竞争优势,说明东风集团应对乘用车板块收入、毛利率持续下降所采取措施的有效性。同时,上市委要求,东风集团结合自身的技术、人才储备以及新能源汽车行业竞争态势,进一步说明“岚图”新能源汽车募投项目实施可能面临的风险。

东风集团及其母公司——东风汽车集团有限公司(简称“东风公司”),在中国汽车产业发展史上具有举足轻重的地位。其前身可以追溯到1969年9月开始建设的第二汽车制造厂,至今已经拥有超过50年历史。

招股书显示,东风集团形成了以整车制造为中心,涵盖汽车研发、零部件及装备生产制造、汽车金融、汽车销售、出行业务等较完整的业务体系,建立了包括商用车、乘用车、新能源车以及自主品牌、合资品牌在内的全品类车型及全产业链布局。

2005年,东风集团在港交所上市,目前市值为677亿港元。截至创业板招股书签署日,东风公司直接持有东风集团66.86%的股份,系公司控股股东。国务院国资委持有东风公司100%股权,是公司实际控制人。今年1-9月,公司实现营业总收入803.2亿元,同比增长10.15%;归母净利润为78.3亿元,同比下降34.42%。

公司表示,今年前三季度,公司商用车业务受益于医疗急救、物流运输、施工等需求上升,带动公司营业总收入同比增长10.15%;同时,受疫情影响,短期经济承压与消费信心不足导致终端消费者消费意愿下降,乘用车第一季度销量下降明显,虽然第二和第三季度快速复苏,但仍不及去年同期。此外,公司计提的资产减值损失和信用减值损失增加,综合导致公司归属于母公司股东的净利润同比下降34.42%。

商用车是东风集团的传统优势领域。招股书显示,2017年至2019年及2020年上半年,商用车在公司营收中的占比从47.97%逐年增至77.61%。报告期内,东风集团商用车销量稳居行业前列,重中型卡车市占率稳居国内市场前二。

### “A+H” 整车制造企业

今年4月底,证监会发布《关于创新试点红筹企业在境内上市相关安排的公告》,将已在境外上市红筹企业的市值要求调整为符合以下两项标准其中一个:市值不低于2000亿元人民币;市值200亿元人民币以上,且拥有自主研发、国际领先技术,科技创新能力较强,同行业竞争中处于相对优势地位。市值门槛降至200亿元为东风集团回归A股市场创造了条件。

今年7月,东风集团发布公告,拟申请首次公开发行人民币普通股(A股)股票,并在深圳证券交易所创业板上市;10月13日,深交所创业板受理东风集团IPO申请;10月17日受到“闪电问询”——从受理到问询只隔4天。11月18日,东风集团披露了对深交所的首轮问询答复。12月11日,创业板上市委公告,东风集团首发获通过。

业内人士指出,东风集团回归A股市场,有利于进一步优化资本结构,并补充岚图品牌以及“新四化”转型所需的巨额资金。

随着东风集团登陆A股进入倒计时,公司有望成为继比亚迪、广汽集团和长城汽车后,第四家“A+H”的整车制造企业。

### “岚图”品牌承载双重使命

东风集团此次募投项目主要包括:岚图品牌高端新能源汽车项目、新一代汽车和前瞻技术开发项目以及补充营运资金。其中,70亿元计划用于岚图新能源汽车项目,占募集资金的1/3。

招股书显示,岚图是首个央企打造的高端新能源乘用车品牌,将在新能源、智能化、网联化、高舒适性、高性能等方面重点打造独特的高端新能源乘用车品牌标签,积极对标国际领先企业。

岚图首款车型已命名为岚图FREE,定位于中大型智能电动SUV,提供纯电动和增程式两种动力选择,预计12月18日将在深圳全球首发,2021年第三季度上市交付。

根据岚图的产品战略规划,自2021年起,岚图每年将向市场投放至少一款新车;今后5年,品牌产品将涵盖轿车、SUV、MPV等细分市场,不断扩展高端电动汽车的产品阵容。

作为东风集团自主业务向上的关键,岚图未来的发展至关重要。“岚图在东风内部承担双重使命,包括东风品牌向上以及探索出国有企业如何打造出灵活的、真正面对市场竞争的机制体制。”岚图汽车科技公司CEO兼CTO卢放此前表示。