8月销量环比增长15.09%

中国车市提前步入销售旺季

在销量连续三个月环比下滑、库存不断上升的不利条件下,受益于节能车型的发力,8月车市出现逆转。据中国汽车技术研究中心统计,8月份,我国汽车销售量达121.55万辆,环比增长15.09%,同比劲增55.72%,在经历7月销售谷底之后,已提前进入销售旺季。

对于此后的市场走势,中汽研主任赵航表示,目前,各汽车厂家力推新品,多款新车连续上市,消费者选择空间日益扩大;经销商降价与促销力度不断加大,优惠幅度大、范围广,激发消费者购车热情;节能汽车补贴政策效果显现,推广目录陆续公布,再加上原有多项利好政策的延续,预计9月份乘用车市场仍能保持良好表现。商用车方面,保障性住房建设加快,城市化推进以及灾后重建等有利于商用车市场发展,预计9月份商用车市场将稳中有升。

广发证券汽车行业分析师杨华超也持乐观态度,他表示,车市提前进入旺季有利于车企的业绩提升,整体看三季度业绩将比较平稳,四季度利润环比将大幅提升。

□本报记者 牛洪军

8月车市淡季不淡

8月份一般为传统的汽车市场淡季,但今年8月份我国汽车销量一改连续三个月下降态势,出现明显回升,呈现出"淡季不淡"的景象。据中汽研统计,今年8月,我国汽车产量完成120.42万辆,环比降低2.74%,同比增长10.15%。虽产量环比下滑依旧,但销量却出现反转。8月份,我国汽车销量完成121.55万辆,环比增长15.09%,同比增长55.72%,在经历7月销售谷底之后强劲反弹,提前进入销售旺季。

分车型看,8月份,我国乘用车销量为97.73万辆,环比增长18.85%,同比增长59.26%,销量同比增幅较上月增加43.83个百分点,乘用车库存量有所降低。商用车市场虽然总体表现弱于乘用车,但也显露出回升迹象。8月份商用车销量为23.82万辆,环比仅增长1.84%,但同比增幅达42.73%。

从总量看,1-8月,我国汽车累计产销量分别为1091.45万辆和945.69万辆,同比累计分别增长35.45%和31.53%,整体发展形势良好。在销量上升的同时,库存压力减轻。8月份汽车库存周期为57天,较上月减少了1天,逐月增长势头得到遏制。其中,乘用车库存周期已由60天减少到58天,但商用车库存周期由50天增加到51天。

在销量上升的同时,车企也在积极备战车市的"金九银十"。数据显示,8月份汽车产量"低开高走",四个自然周的汽车产量分别为21.93万辆、23.76万辆、30.74万辆和32.94万辆,逐周递增明显。分析人士指出,车企上半月适度调控产量,可以有效控制库存;下半月根据销量积极排产,可为即将到来的"金九银十"汽车销售高峰做准备。

节能型汽车发力

数据显示,8月份我国乘用车全部车型的销量环比和同比均实现增长,其中SUV销量同比翻番,保持旺销态势。8月份,我国SUV销售8.75万辆,环比增长13.75%,同比增长117.13%。SUV市场中2.0L排量车型销量占比最大,占比为48.62%,较上月增加2.62个百分点,主要得益于C-RV、狮跑、逍客等车型的热销;其次是2.4L排量车型,销量占比为18.36%。

值得关注的是,在我国8月份97.73万辆乘用车销量中,1.6L及以下排量乘用车销售达65.20万辆,占乘用车整体市场的66.70%,占比较上月上升0.76个百分点。其环比增幅达到20.25%,高出乘用车整体1.4个百分点。

分析人士指出,低排量乘用车占比的上升,得益于节能汽车的发力。数据显示,在1.6L及以下排量乘用车销量中,发改委、工信部、财政部发布的第一、二批"节能汽车推广目录"内的132款节能汽车,8月份销量为12.96万辆,环比增长32.04%,占1.6L及以下排量乘用车销量的19.88%,占整个乘用车销量的13.26%,对8月份乘用车市场止跌回升起到了很好的促进作用。

同时,节能补贴政策及库存压力等因素促使汽车生产企业和经销商加大对1.6L及以下排量乘用车的营销力度,刺激了消费者对经济型汽车的购买欲望,促使8月份1.6L及以下排量乘用车市场表现良好。

赵航表示,国家在减征1.6L及以下排量乘用车购置税的前提下,再对节能汽车实施补贴,是为了更好地推广节能、环保、安全的小排量汽车,同时促使汽车企业加大节能汽车开发、推广力度。公布的132款节能车型在整个乘用车车型的比例约5%,说明节能汽车还有很大的发展空间,未来市场份额将日益增大。

自主品牌占比略降

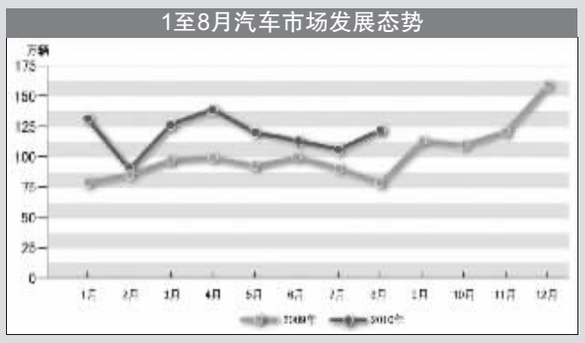
8月份,乘用车在经历7月销售谷底之后强劲反弹,自主品牌乘用车也不例外,销售环比、同比均实现大幅增长。当月,自主品牌乘用车销量为37.04万辆,环比增长16.74%,同比增长52.88%,其中,自主品牌轿车销售17.64万辆,环比增长16.60%,同比增长58.36%。

虽然销量同比、环比均出现增长,但8月份自主品牌在汽车市场上的份额却出现连续两个月下降,当月自主品牌市场份额为37.90%,较上月份下降了0.69个百分点,较6月份下降了1.55个百分点。

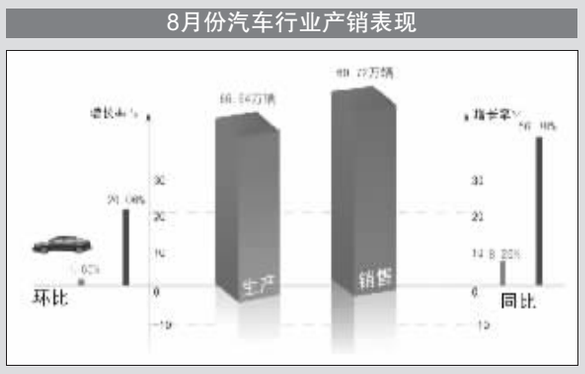
从轿车各系别车型销量来看,自主品牌、日系车和欧系车市场份额相当,其中,日系车销量环比增幅较大,自主品牌、欧系车销量环比增幅相对较小,美系车和韩系车市场份额略有提升。数据显示,8月份自主品牌轿车销售17.64万辆,市场占比为25.30%,较上月份降低0.57个百分点,较6月份下降了2.20个百分点;日系车销售17.61万辆,市场占比为25.26%,较上月份增加0.84个百分点;欧系车销售17.42万辆,占比为24.98%,较上月份降低0.50个百分点。

对此,赵航表示,自主品牌乘用车市场份额自6月以来呈现逐月下滑态势,究其原因,主要是由于从2009年开始合资企业纷纷向中国汽车市场投放多款新品,这些新品都是综合性能较强且富有竞争力的车型,如上海通用科鲁兹、一汽大众第六代高尔夫等,目前均是各细分市场的畅销车型,合资品牌在小排量乘用车市场的竞争力进一步提升。另外,2009年中国汽车市场逆势增长的良好表现,使得世界汽车巨头纷纷调整目标,以中国汽车市场为发展重心,加上合资品牌自身的技术优势,加大了自主品牌的竞争压力,中国汽车市场竞争更加激烈。

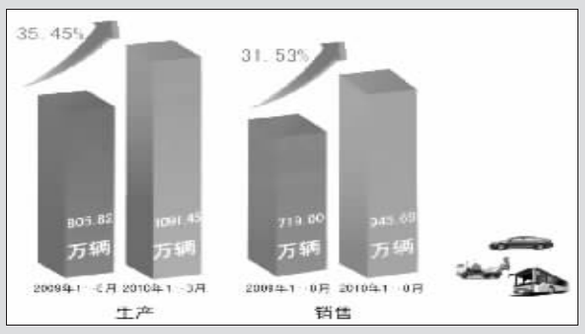
1至8月汽车市场发展态势



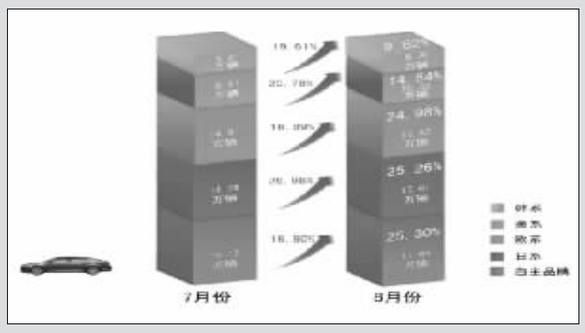
8月份汽车行业产销表现



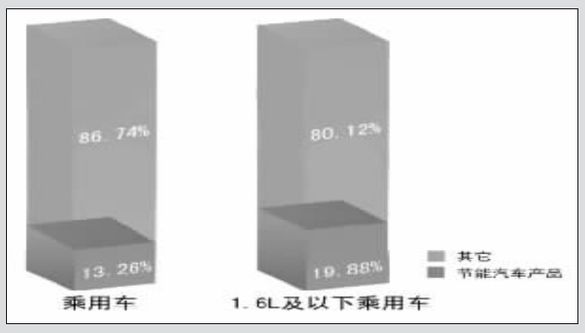
1至8月汽车行业产销表现



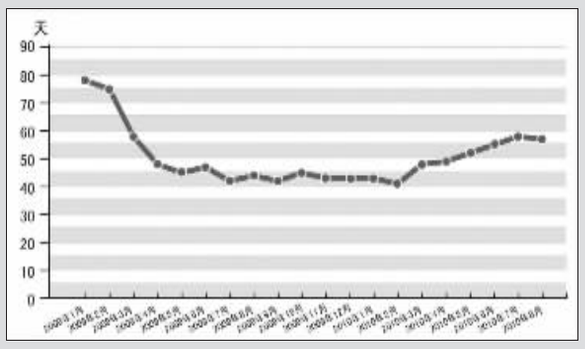
8月份轿车各车系市场表现



节能汽车补贴政策效果显著



汽车库存周期表现



中国汽车企业暨紧凑车型投诉排行榜
(投诉量为今年投诉汇总数)

排名	企业	宗数	紧凑车	宗数
1	长安福特	505	福克斯	444
2	上海通用	499	帝豪	169
3	吉利汽车	299	V3菱悦	143
4	上海大众	290	凯越	129
5	一汽大众	274	朗逸	100
6	东风日产	169	悦动/伊兰特	94
7	东南汽车	161	比亚迪F3	90
8	奇瑞汽车	146	骏捷	86
9	比亚迪	144	高尔夫	80
10	一汽丰田	142	明锐	79

制表:中国证券报 数据来源:汽车投诉网

长安福特投诉量排第一

□本报记者 牛洪军

汽车投诉网本期(8月26日-9月1日)投诉排行榜显示,今年投诉量前十名车企较上期再现变化,长安福特首超上海通用成为投诉"冠军",比亚迪、一汽丰田取代东风雪铁龙、长城进入大名单。在紧凑车型投诉排行榜中,福克斯进一步拉开了与第二名的差距,以444宗高居榜首。

企业投诉"冠军"生变

汽车投诉网本期投诉榜上榜企业与上周相比再次出现变动,比亚迪、一汽丰田分别以144宗和142宗取代东风雪铁龙、长城汽车进入前十大名单。而长安福特更是以16宗的增量一举超越上海通用,首次成为企业投诉榜"冠军"。

在长安福特本期增长的投诉中,关于福克斯的投诉达到14宗,这些投诉人反映的问题只有一个,那就是低速熄火召回的后遗症问题。正是由于车主反映的这些后遗症没有得到企业应有的重视和处理,进一步激化了企业与车主的矛盾,从而引发了大面积的集体投诉。截至8月31日,在汽车投诉网上关于召回升级导致的"收油不减速"的集体投诉人数已经超过230人。

福克斯召回被质疑

汽车投诉网本期紧凑车型投诉榜上榜名单与上期相比变化不大,一汽大众高尔夫和上海大众斯柯达明锐分别以80宗和79宗投诉进入前十名单。在高尔夫80宗投诉中,有超过8成是投诉4S店未能按时交车,这也成为目前唯一一个因非质量问题而进入前十投诉名单的车型。赛拉图和东风标致307则退出紧凑车型投诉榜前十名行列。福克斯则比上期增加92宗,继续高居紧凑车型投诉榜榜首,与第二名的差距也增加至近300宗,与第十名更是有5倍的差距。

为解决09款福克斯低速熄火问题,长安福特5月底发布了召回公告,宣布23万福克斯需要返店进行发动机软件升级。但从6月份开始,汽车投诉网开始陆续接到福克斯车主投诉,称长安福特的此次召回并未能解决问题,反而衍生出收油不减速、怠速高等问题,部分车主甚至直接质疑长安福特的这次召回。截至目前关于"收油不减速"的集体投诉人数已经超过230人次,以召回的23万来计,已经达到千分之一的比例,而这还不包括不上网或是不知道汽车投诉网的福克斯车主。

为了更好地了解福克斯车主对召回的满意度,汽车投诉网在网上作了一个调查,在200多个进行了升级的福克斯车主中,仅有8%认为问题得到解决,60%的车主认为并没有解决问题;33%的车主对升级后的不满集中在收油不减速上,而认为起步速度过快,需要刹车进行辅助的占24%;因为对升级不满,65%的车主希望能够降回原来的程序。

不少车主认为升级后产生的安全隐患甚至比未升级前大,为此,不少已经升级的福克斯车主希望在没有更好解决办法前能够先为他们进行降级处理,但这一诉求却没有得到企业的足够重视。河南郑州的杨先生为了降级,在一个半月的时间里陆续进行了12次投诉,才最终得以成功降级,而更多的车主目前仍在等待结果。

上海通用8月销量环比增0.98%

上海通用汽车发布的最新销量数据显示,今年8月份,公司汽车销量达到81067辆,高于7月的80279辆,环比增长0.98%;前8个月累计总销量达到641351辆,较去年同期增长57%。

数据显示,旗下别克品牌8月销量达45688辆,前8个月累计销量达到342769辆,同比增长27%。2011款凯越上市之后,推动凯越月度销量再破2万辆大关。另一品牌雪佛兰8月销售33755辆。科鲁兹连续12个月销量过万,新赛欧当月以12697辆的销量再创新高,稳占细分市场头把交椅。1-8月,雪佛兰品牌累计销量突破288101辆,一举超越2009年全年销量,同比增幅达114%。

值得关注的是,上海通用旗下豪华车品牌凯迪拉克8月份单月销量1624辆,同比增长178%,1-8月累计销量已突破万辆大关,达到10445辆,同比增幅高达157%,成为豪华车市场中增长率最高的品牌。

与整体销量迅增相映成辉的是,凯迪拉克麾下各车型均在各自细分市场显现强大竞争力。其中,全新一代SRX今年以来累计销量已达5401辆,成为中级豪华SUV当仁不让的热销车型;豪华商务轿车新赛威SLS销量同比增长71%,跻身3.0L排量以上中级豪华车前三甲。(牛洪军)

■ 中证汽车评论

北汽上市路漫漫

□本报记者 顾鑫

承担整合北汽乘用车资源并作为上市融资平台的北汽股份,离我们越来越近。按照规划,北汽股份预计将于9月中旬挂牌。北汽上市似乎近在咫尺,二股东首钢股份的股价已经被炒作了一番。不过,从实际情况看,北汽实现上市的路途注定会比较漫长。

对于北汽而言,除了上市,迅速做大是摆在公司面前的更重要课题。作为《汽车产业调整和振兴规划》指定的"四小"之一,北汽为保住这一地位,必须加快扩张,提高产销量。北汽集团计划在"十二五"期末跨入中国汽车企业第一阵营,计划产能超过300万辆。近期公司在国内的动作也是朝着这一目标迈进。

8月3日,北汽与重庆银翔集团签署合作协议,双方约定一期投资15亿元建立30万辆产能的微车基地。8月18日,北汽宣布重组广州宝龙轻汽,以全资子公司的形式建设自主品牌乘用车华南基地,规划产能30万辆。此外,北汽的湖南株洲乘用车基地已经基本建设完成,规划产能20万辆;北京顺义乘用车基地有望于明年年底投产,2013年总产能达到30万辆。

对于贪图做大的北汽而言,未来产能还将继续扩大,可是新建项目的盈利情况或许将制约公司扩张的步伐和未来的上市进程。无论是微车还是自主品牌轿车,分析师几乎一致不看好盈利前景。

微车方面,国内总产能严重超过需求,市场需求还呈现出回落的迹象,北汽的微车项目投产后想要扭亏难度都很大,更不要说去撼动五菱和长安的霸主地位。

自主品牌轿车方面,由于收购了萨博的技术,北汽有关高层信心满满,在北京车展期间还曾自豪地说:"北汽真的来了。"但是,搭载了萨博技术的北汽自主品牌产品面世后的盈利情况如何仍要打上一个问号。"北京牌"几乎没有市场基础,新产品的技术再好,品牌却输了一大截。

国泰君安研究员张欣认为,北汽自主品牌产品应该会打萨博品牌,但由于是国产,市场接受的程度也不好说。可以肯定的是,尽管有瑞典的"基因",但是价格肯定卖不上来。

除了新产品面世后的不确定性,这些新产品面世时碰到的市场环境也许会更加恶劣,可谓"生不逢时"。目前合资品牌已经在推出低价产品,并对以低端产品为主的自主品牌构成威胁。一家车企的高管坦陈,在传统汽车领域,自主品牌要实现超越基本不可能。

既然盈利前景不佳,北汽股份将来怎么上市?张欣认为,北汽改善盈利只能慢慢来,但目前必须把量做大,保住排名。因此,无论是借壳,还是IPO,北汽上市都不会那么快。

此外,北汽上市还有一些技术问题需要解决,比如与福田汽车的同业竞争问题,这处理起来也很麻烦。

比亚迪M6成中高级车市新宠

在中高级车市,前三甲位置一直被日系轿车所占领,但随着市场对大空间、多功能车型的需求增大,该局面或将被打破。能满足多方面需求的"全天候"车型将更受欢迎。最近上市的比亚迪M6便是这样一款政商家三栖尊贵座驾,全面发力中高级车市,成为车市的新宠!

尊贵外观

对于一款政商家三栖尊贵座驾,其用途除了上下班、家庭出游,还兼顾了重要宾客接送等政务和商务的用途,因此车的整体气质至关重要,必定要求它的外观要大气、沉稳又不能失豪华。M6融合了国际最流行的子弹头式设计,尊贵典雅的造型,流畅的车身线条,修利修长的大灯勾勒出大气稳重的气质。

尊贵配置

比亚迪M6座椅采用防滑滑高级打孔皮座椅,颜色依照国人喜好采用浅米色,同时为了减少长途旅行的疲劳,座椅更具支撑性。为了增加驾乘者的舒适性,M6依据人体工程学设计的驾驶座,可通过电动调节钮针对性地对座椅进行前后、高低、腰托、靠背、头枕等八向电动调节,主驾驶座还拥有加热器,让驾驶者随时坐拥最舒适的驾驶感受。

此外,M6还拥有GPS导航系统、智能娱乐系统、KEYLESS(无钥匙)系统、安全辅助驾驶系统、自动恒温空调等数字化智能配置,让您轻松拥有更舒适和尊贵的驾乘新感受。

尊贵品质

2010年是比亚迪汽车的品牌年,作为比亚迪冲击高端的战略车型,M6在品质上要求更严格,更注重人性化设计,细节上凸显高端。例如,M6坚持高标准的安全设计,三段式溃缩吸能转向柱、溃缩式吸能制动踏板、整体冲压侧围、3H高刚性车身、安全气囊结构、6安全气囊等精心设计,大大提高了车辆的随应安全性。驻车可视系统、倒车可视系统等配置,让您无论进退都能对爱车进行良好掌控,从根本上降低了事故发生的可能性,带给驾乘者超越同级车的安全保护。

M6凭借其优势,完全满足消费者公务、商务、家用的全方位用车需求,成为24小时全天候车型,填补了多功能中高级车市场的空白。随着市场对大空间、多用途车型的需求增大,相信M6在该细分市场会有一番新的作为。

企业形象