

2月车企产销量下滑

经销商复工率大增 购车活动有望加速恢复

□本报记者 崔小粟

“近日,多家车企发布的产销快报显示,2月份车企产销量下滑。乘联会预计,2月份全国乘用车市场零售销量同比减少80%,1-2月累计同比下降幅度达到41%。

乘联会表示,2月份第四周经销商复工率大增,随着新车上市逐步启动,消费者购车活动也加速恢复。分析人士表示,近期多地出台的扩大消费支持政策提前释放出来的主要是家庭首次购车需求,对于自主品牌最为有利。



新华社图片

明显下滑

3月7日,上汽集团发布的2月产销快报公告显示,公司2月份产量3.23万辆,同比下降90.17%;2月份销量4.74万辆,同比下降86.95%。1-2月,上汽集团累计产量45万辆,同比下降53%;累计销售44.76万辆,同比下降54.07%。

作为中国汽车产销量最具规模的车企,上汽集团的产销量可谓是今年车市开局的缩影,其他车企的数据情况亦不容乐观。

比亚迪2月份汽车销量5501辆,同比下降79.5%。其中,新能源汽车2月销量2803辆,同比下降80.6%。1-2月,比亚迪累计销售30674辆,同比下降57%。北汽蓝谷子公司北汽新能源2月份产量255辆,同比下降49%;2月份销量1002辆,同比下降65.05%。*ST海马2月份产量为0,销量134辆,同比下滑93%;

在客车方面,亚星客车2月份销量5辆,同比下降93%,1-2月累计销量169辆,同比下降55%。中通客车2月份销量462辆;1-2月累计销量1348辆,同比下降8.8%。*ST安凯2月份销量118辆;1-2月累计销量495辆,累计销量同比下降40.9%。

国金证券研报显示,根据测算,若2020年第一季度汽车销量下滑50%,将对社零造成1.7%拖累。若全年汽车销量下滑7%,将对



新华社图片

社零造成0.2%拖累,对经济增长影响0.1%。

零售清淡

3月4日,乘联会发布的周度车市数据显示,综合四周销量,2月全国乘用车市场零售规模初步判断同比下降80%。乘联会表示,这一数据体现了“市场的严重异常”。

乘联会指出,由于只有特别急迫的购车需求才会在疫情期间购车,加之各地经销商的开业数量前三周缓慢回升,经销商客流很少,因此前三周都是受疫情影响较大的休整期。乘联会预计,今年1-2月乘用车零售销量累计同比下降41%,将成为近20年来的最大下降。一方面是春节提前因素的正常影响,另一方面则是受到疫情的冲击。

批发端的情况也非常严峻。根据乘联会数据,厂家销量将大幅低于预期,同比下降约86%左右,1-2月累计销量下降43%。乘联会分析指出,2月份部分厂家出货主要是原有库存的消化,并非体系性恢复。由于汽车产业链长,厂家全面恢复生产的条件比较难,虽然节后营销体系早已开工,但生产物流的跟进速度偏慢,因此批发销量数据较低且不均衡。

不过,乘联会方面表示,2月份第四周以来,经销商复工率大增、新车上市逐步启动,消费者购车活动也加速恢复。从数据上看,2月份第四周零售日均1.6万辆,此前的三周分

别为5411辆、4100辆、811辆。

正在恢复

经历了2月份的低谷,3月份及二季度的恢复正在到来。

3月4日,工信部数据显示,截至3月3日24时,16家重点整车集团主要生产基地开工率已达84.1%,员工复工率达到66.5%。除抗疫重点地区外,汽车行业企业基本实现复工复产。另据3月6日中国汽车流通协会调研的8233家4S店显示,经销商门店复工率达78.4%。

以上汽通用五菱为例,公司3月6日发布消息称,截至目前,上汽通用五菱全国终端经销商门店开业率达到90%,终端销量逐步攀升,2月21日销量迅速破千,3月2日销量突破4000台,3月预计终端零售有望超过1月份。上汽通用五菱还斩获了3500辆海外订单。

有分析认为,上汽通用五菱的环比快速提升,说明疫情得到有效控制之后,消费者更多希望私家车出行,有购车需求集中爆发的可能。

中信证券汽车行业分析师表示,从销量角度看,自主品牌和豪华品牌的弹性最大。消费刺激政策下提前释放出来的主要是家庭首次购车需求,对于自主品牌最为有利。目前自主品牌的市场份额已经下降至38%以下,后

续若进一步出台消费扶持政策,预计市场份额有望回升2-3个百分点,受益明显。同时,考虑到北京、上海、广州、深圳等限购城市的消费能力、豪华品牌渗透率达到20%以上,预计若加大限购城市的牌照投放数量,豪华品牌的销售也将显著受益。

多地政府正在酝酿扩大汽车消费的支持政策。湖南、广州、佛山等地方政府日前已发布通知,通过汽车下乡、新能源汽车购车补贴、鼓励购买“国六”标准新车等方式,鼓励汽车消费。相关行业协会也相继呼吁保障当前汽车行业的发展。近日,中汽协表示向相关部门提交了推迟全国范围内实施“国六”排放标准的建议;全国工商联汽车经销商商会也向商务部和发改委递交了相关报告,提出应尽快出台稳定汽车消费的政策措施,例如实施购车税收优惠、重启汽车下乡、新能源汽车补贴暂缓退坡等。

华泰证券汽车行业分析师表示,受疫情影响,第一季度汽车行业销量或下降30%,部分需求被推迟到第二季度释放,第二季度乘用车销量有望同比转正;疫情或导致2020年全年乘用车销量下滑3%至5%。由于乘用车需求的韧性仍存在,展望2021年,乘用车行业经历三年下滑之后有望触底反弹,实现正增长。从长期来看,随着乘用车保有量提升,平均车龄增加,经销商的后市场业务有望稳步增长。

吉利控股:打造智慧立体出行生态

□本报记者 宋维东

近日,吉利卫星项目正式启动,吉利控股成为中国首家自主研发低轨卫星的汽车企业。卫星项目成为吉利控股打造科技型企业的标志性事件,公司以此为支撑,积极探索航天航空领域,在共享出行、车联网、无人驾驶、车载芯片、操作系统、低轨卫星、太空探索等前沿技术方面不断发力,实现出行领域的生态级科技创新,推动公司实现从汽车制造商向未来出行科技集团转型。

布局商业卫星领域

吉利未来智慧立体出行生态的重要一环正在形成。3月3日,台州吉利卫星项目正式开工。这一项目是吉利控股旗下吉利科技集团在台州打造的国内首个脉动式模块化卫星智能AIT(总装集成测试)中心,规划建设卫星研发中心、部组件智造中心、测控中心、云计算大数据平台等设施,借鉴汽车行业先进的总装工艺,打造模块化、柔性化、智能化制造工厂,灵活满足不同型号规格的卫星总装与测试。

当前,卫星互联网技术已成为通讯领域科技竞争的新焦点,巨头纷纷入局,全球已进入卫星互联网的竞赛时代。据摩根士丹利预测,航天业规模将从2016年的3500亿美元增加至2040年的逾1.1万亿美元。其中,一半的增长将源自新型互联网卫星。

从产汽车到造卫星,吉利正在布局“天地一体化”大网络。

实际上,将目光瞄向星空,布局商业卫星领域,吉利早有动作。2018年,吉利控股战略投资航天科技公司时空道宇,开始布局航天卫星领域,覆盖从研发、制造到应用全产业链。同时,在汽车自动驾驶、未来出行、无人机运输、重工机械领域与行业头部企业开展商业场景应用测试,推动中国商业航天商用化进程。

值得注意的是,时空道宇核心团队人均拥有超过十年的项目经验,在航天系统工程、云计算、物联网、人工智能、量子通信、导航定位等领

域聚集了有行业影响力的专家。

根据计划,由时空道宇自主设计完成的首发两颗低轨卫星目前已通过各项鉴定试验与测试,年内将全面展开全球首个低轨导航增强卫星系统的商用验证并预计年内完成发射。低轨卫星布局将为高级别智能驾驶提供高精度定位服务,全面提升用户智能出行体验。

吉利控股董事长李书福表示,全球发展已经进入了前所未有的科技高度、创新速度和变革力度阶段,全球汽车行业面临巨大创新机遇。吉利控股要主动迎接变革,打造线上线下一体化新优势,通过协同和分享占领技术制高点,推动出行领域变革。

有业内人士表示,未来的交通工具一定是线上、线下高度融合的智能空间移动终端。吉利实施卫星项目,可通过卫星通信网络、卫星数据应用、高精时空服务等领域,构建天地一体化通讯网络基础设施及通讯系统,夯实智慧出行生态底层架构。未来,还可立足航天技术,与智能制造、未来出行、大数据等行业深度融合,建立开放共赢的合作生态,逐步实现向未来出行科技集团转型。

强化科技研发

近年来,吉利控股强化布局,形成了吉利汽车、沃尔沃汽车、吉利科技、吉利新能源商用车和铭泰五大核心子集团的组织架构,同时在全球范围内寻求资源协同和规模化效应,不断探索汽车上下游产业,用研发创新驱动科技转型。

目前,吉利在全球布局五大工程研发中心及五大设计造型中心。近十年,吉利控股研发总投入累计超1000亿元。每年研发投入占销售总收入的比例与国际一流汽车集团基本一致。公司形成了大量核心技术成果 and 平台化、模块化、通用化、标准化的战略路线,实现迈向模块化造车。此外,公司实现了从纯电到燃油、从紧凑型到中大型车型的全面产品布局,并前瞻性地为互联、安全、新能源、未来自动驾驶等领域提供充分支持。

“电动化、智能化、网络化、共享化”是汽车未来发展的重要方向。循此方向,吉利全面布局,不断深化实施产品平台战略、“安全第一”战略、能源多元化以及智能化的技术开发战略,发布了技术品牌“iNTEC人性化智驾科技”“GKUI”吉客智能生态系统,将汽车安全、健康生态、新能源、智能网联和自动驾驶列为核心技术战略的发展领域。

在新能源及电气化方面,吉利提出多元化、多线并进的新能源路径,包含混动技术、纯电技术、替代燃料与燃料电池四大技术路径。据悉,吉利新能源研发及产业已投入超300亿元,拥有新能源领域核心专利技术超过300项,打造底层架构技术,实现了真正的100%自主研发。

在智能网联方面,吉利注重前瞻性战略布局,动作频繁。近年来,吉利控股战略投资、独立运营亿咖通科技,专注于汽车智能化与网联化,聚焦座舱智能化与整车智能化两大核心领域;推出GKUI吉客智能生态系统,融合打通百度、腾讯、阿里巴巴、京东等互联网头部企业,与数百家不同领域的企业合作。此后,吉利推出GKUI 19系统,首款达到车规级的量产高性能车载芯片E01,引领中国智能网联汽车进入“超级大脑”新时代。

在自动驾驶方面,2018年,吉利汽车成为首家实现L2级自动驾驶批量交付的中国自主品牌车企。2019年,吉利新量产车型L2配置率 and 市占率在行业内均已达第一。2019年5月,吉利发布“爬行者智能系统”,为研发更高级别无人驾驶技术打下基础。此外,公司实施“亚运战略”,2022年吉利汽车将在亚运区域内实现完全自动驾驶技术运营;公司参与建设的全国乃至全球第一条支持智能驾驶、无人管理的智慧高速公路杭绍甬智慧高速也将在杭州亚运会期间提供智能化出行体验。

在此次抗击新冠肺炎疫情中,吉利启动了具备病毒防范功能的“全方位健康汽车”的研发工作。有别于专业的医用防护用车,该产品是主要面向普通消费者的消费级产品。此举不

仅意味着吉利对“驾乘者安全”的定义增加了新维度、上升到新高度,也代表着当前汽车研发领域将出现新的发展方向。同时,公司成立专项组,研发国内首个真正N95级车载空调净化技术。

向未来出行科技集团转型

近年来,吉利控股持续推进创新型科技企业建设,打造未来智慧立体化出行生态,逐步实现从汽车制造商向未来出行科技集团转型。特别是吉利科技集团在新能源、出行服务、未来出行、线上生活和未来科技五大领域积极探索,通过建设完整的新能源产业链闭环和丰富的出行生态系统,加速构建智慧立体化出行生态。

早在2015年,吉利控股就前瞻布局共享出行领域,以曹操行为人口,构建中国首个以汽车制造商身份打造的共享出行平台。此后,吉利与戴姆勒共建的高端出行项目“耀出行”于2019年底投入运营,初期将采用梅赛德斯·奔驰品牌S级、E级、V级豪华多功能车,未来也将采用梅赛德斯·迈巴赫以及吉利旗下的高端纯电动车型。

空中出行领域是构建智慧立体生态出行的重要组成部分,目前吉利控股在空中出行服务领域拥有Terrafugia及Volocopter两家公司。

具体来看,Terrafugia短期内会专注于开发飞行汽车,开发城际之间的乘客和货物运输解决方案。Volocopter专注于城市内短途航班,旨在提供点对点到达的空中电动出行服务,改善大城市交通体系。吉利控股和Volocopter将在中国成立合资公司,致力于将城市空中出行解决方案引入中国。

上述业内人士表示,随着此次卫星项目的落地,吉利控股“天地一体化”的立体出行版图日渐清晰:从地面出行到低空出行,从研发车联网系统、车载芯片到布局低轨卫星,真正实现软硬件结合,科技赋能未来出行,推动交通变革与发展,也助力吉利控股向未来出行科技集团转型。

鼓励汽车消费政策有望陆续落地

□本报记者 崔小粟

近日,湖南、广州、佛山等省市接连发布通知,通过汽车下乡、新能源汽车购车补贴、鼓励购买“国六”标准新车等方式,鼓励汽车消费。分析人士指出,相较于此前国家层面推行的购置税优惠和增值税降低政策,地方政府在近期鼓励汽车消费中起到的作用也非常重要。预计后续像广东、浙江、上海等汽车工业占比大、地方财政条件较好的地方将陆续有政策落地,主要包括增加牌照指标、新能源汽车购车补贴、“国六”车型置换补贴等。

多地鼓励汽车消费

3月4日,在湖南省统筹推进疫情防控和经济社会发展第五场新闻发布会上,湖南省发展改革委党组书记、主任胡伟林指出,为稳定和扩大消费,湖南省相关部门正在进一步研究促进文旅、健康、信息、家居、汽车消费的政策措施。其中,将开展促进汽车消费升级行动,鼓励各地对无车家庭购置首辆家用新能源汽车给予支持,加大城市新建公共停车场力度,鼓励车企和经销商在省内组织开展“汽车下乡”促销活动。

湖南是继佛山和广州之后,今年第三个提出鼓励汽车消费政策的地区。2月17日,佛山率先成为2020年首个推出汽车消费鼓励政策的城市。根据佛山市人民政府发布的《佛山市人民政府办公室关于印发佛山市促进汽车市场消费升级若干措施(试行)的通知》,提出鼓励“国六”标准排放汽车消费,给予每辆车补贴2000元至5000元不等。该政策自3月1日起正式实施。

从具体内容来看,佛山号牌车主凭旧车售卖发票或汽车报废注销证明购买新车,每辆给予3000元补助;对同一消费者一次性购买5台及以上的大、中、重型客运、载货汽车(车辆单价不少于50万元),每辆车给予5000元补助;消费者购买新车,每辆给予2000元补助。此外,该文件还从汽车金融方面入手促进消费,并提出佛山将推进停车场等基础设施建设,提升消费者购车信心等。

2月21日发布的《关于印发广东省进一步稳定和促进就业若干政策措施的通知》指出,推动有条件的地市出台老旧汽车报废更新补贴政策,鼓励广州、深圳进一步放宽汽车摇号和竞拍指标。

3月3日,广州市政府在《关于印发广州市坚决打赢新冠肺炎疫情防控阻击战努力实现全年经济社会发展目标任务若干措施的通知》中指出,提振汽车消费,针对疫情期间市民自驾通勤的需求,加快推进落实2019年6月明确的新增10万个中小客车指标额度工作,并视情况研究推出新增指标。2020年3月至12月底,按照鼓励技术先进、安全可靠原则,在使用环节对个人消费者购买新能源汽车给予每辆1万元综合性补贴。此外,推进汽车更新换代,对置换或报废二手车的消费者,在广州市注册登记的汽车销售企业购买“国六”标准新车,每辆给予3000元补助。

新能源汽车或成重点

自春节以来,业内就有不少关于鼓励汽车消费政策的讨论。近期,商务部等部委表示,将出台进一步稳定汽车消费的措施,中国汽车工业协会等行业组织也提出了推迟执行“国六”等针对性的措施建议。

有分析指出,湖南、广州等地将鼓励汽车消费的政策重点放在新能源汽车上,将新能源汽车作为提振汽车消费的重要切口。事实上,与鼓励燃油车消费相比,针对新能源汽车的消费提振更明显。

过去几年,新能源汽车在补贴政策的支持下,销量一路高歌猛进,成为汽车市场中的增长积极动能。但受补贴大幅退坡等因素影响,2019年我国新能源汽车销量120.6万辆,同比下降4%,这是我国自2009年大力推广新能源汽车市场发展以来,首次出现新能源汽车年度销量下滑。

中信证券汽车行业分析师表示,汽车是“可补偿性”的大额消费,在疫情影响下,消费者更愿意采用私家车出行,出台稳定汽车消费政策的必要性明显提升。结合近期佛山、广州等地已经出台的鼓励汽车消费政策,预计后续像广东、浙江、上海等汽车工业占比大、地方财政条件好的地方将陆续有政策落地,主要包括增加牌照指标、新能源汽车购车补贴、国六车型置换补贴等。

中金公司指出,政策落实主体主要在地方政府,而当地有车企、财政有能力的地方政府则意愿更大。对于短期提振车市需求的措施,更有效的可操作方案仍然在各地限购放松和以旧换新补贴。中国汽车市场已渡过普及初期,地区间用车环境差异显现,因地制宜改善用车环境、加速老旧车辆淘汰、将拥车成本向使用期转移等组合政策更利于释放车市潜能。但值得注意的是,政策设计需考虑减少对新能源汽车的挤压。