

自主品牌受冲击有限

进口关税下调 超 20 家车企官方降价

本报记者 王琳琳 张洪杰 北京报道

日前,财政部发布《国务院关税则委员会正式对外发布了关于降低汽车整车及零部件进口关税的公告》(以下简称《降低汽车进口关税》)相关公告文件,汽车进口关税下调靴子正式落地。

《降低汽车进口关税》公告内容显示,为进一步扩大改革开放,推动供给侧结构性改革,促进汽车产业转型升级,满足人民群众消

关税引发官降

财政部的这一纸红头文书惊动了中国整个汽车圈,虽然《降低汽车进口关税》公告中显示汽车进口关税下调正式实施的时间是从2018年7月1日开始,但显然各家车企已经等不及了。除了国内汽车市场引起阵阵骚动之外,影响最为直接的外资品牌车企纷纷第一时间表态,作出回应称:研究政策启动价格评估,从而进行价格的调整。虽然部分车企还未公布明确的价格调整方案,但已经表态将进行价格调整。

值得一提的是,这次最先给出价格调整方案的并非传统车企,而是当下备受关注的的新能源造车势力——特斯拉。《降低汽车进口关税》公告发布不到三小时,特斯拉发布了完整的降价策略,并已经传达到了全国各个销售网点。“一方

催生系列利好

从当前各家车企的官降幅度来看,有些车企个别进口车型的降价幅度高达10%左右,超乎业内人士的预料。例如,沃尔沃XC90的降价空间在5.12万元~10.02万元,如若按照最高降幅来算,降价幅度已经高达11.5%;Jeep的大切诺基约降价5万元~6.5万元,如若按照最高降幅来算,降价幅度也逼近10%。

对此,汽车行业知名分析师贾新光分析道,“此番关税对于不同的汽车企业来讲有不同的意义。对于库存大的车企,加大官降幅度可以解决库存问题又不会导致市场和消费者对其竞争力的质疑;对于本就拥有市场竞争力车型的车企,不必

费需求,自2018年7月1日起,降低汽车整车及零部件进口关税,将汽车整车税率为25%的135个税号和税率为20%的4个税号的税率降至15%,将汽车零部件税率分别为8%、10%、15%、20%、25%的共79个税号的税率降至6%。

对此,财政部有关负责人表示:“此次降低汽车进口关税是我国进一步扩大改革开放的重大举措。降税后,我国汽车整车平

面,是为了提升销量;另一方面如特斯拉积极作出应对措施调整,也是其对于市场重视的表现,希望借此加深在华市场的布局。”在佐思产研的一位分析师如是说道。

曾有业内人士分析道,此番汽车进口关税下调影响最大的莫过于豪华车市场。截至日前,例如奔驰、宝马、奥迪、林肯、雷克萨斯、捷豹路虎中国、阿尔法罗密欧、英菲尼迪等豪华车企已对进口车型作出了明确的价格调整。

豪华车第一阵营德系三强奥迪、奔驰和宝马都明确宣布了价格调整方案。宝马中国相关负责人表示,“对于政府部门降低进口关税的决定,宝马非常欢迎,也认为此举释放了一个很强烈的信号,即中国将继续开放。这一政策也将使消费者获益,并有助于进一步提升市场的

要大幅度调整价格,只需响应政府关税政策即可;对于在市场上影响力相对降低,市场占有率相对较少的车企来讲,则可以利用此次关税带来的官降浪潮,重新在细分市场提升曝光率,为抢占市场占有率进行布局,打一场漂亮的价格战。”

那问题来了,在这场汽车进口关税下调浪潮中,谁是最大的受益者?从汽车市场的发展来看,每一次汽车进口关税的下调都会刺激到进口汽车销量的增长。公开数据显示,2001年我国进口汽车数量约为7万辆,至2017年年底,国内进口汽车数量已经超过了121.6万辆,同比增长16.8%。据了解,在这近三十年的时间里,我国进行了约

均税率13.8%,零部件平均税率6%,符合我国汽车产业实际,将有利于推动供给侧结构性改革,促进汽车产业结构调整和转型升级,引导汽车产品提质增效,丰富国内市场供给。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树在接受《中国经营报》记者采访时表示:“汽车进口关税降低是促进消费的政策红利,面对复杂多变的国际经贸环境,关税降低符合我国汽车市场快速发展的实际情况,

活力。”宝马相关进口车型降价调整幅度在1.6万元~16.2万元之间;而奔驰相关进口车型的价格幅度调整在0.72万元~25.6万元之间;奥迪则是只公布了部分进口车型的降价幅度,奥迪A8L和奥迪Q7调整幅度在4.88万元~8.5万元之间。

相对来说,豪华车第二阵营的降价幅度更大。在此次官降浪潮中,捷豹路虎相关进口车型的降价幅度从0.48万元~29.28万元不等,其中路虎揽胜运动版SVR降低高达39.28万元,降幅是目前最高的。一直未国产化的雷克萨斯被业内认为是此次汽车进口关税下调的最大赢家。“此次价格调整包括雷克萨斯全系在售车型,价格调整幅度在1.4万元~10.9元之间。”雷克萨斯公关部解释,并引用丰田官方的说辞,“汽车进口关税降低是一把双刃剑,

为六次的进口汽车关税下调,我国进口汽车的数量也在不断增长。

因此,大部分业内人士认为,此番进口汽车关税下调对于国内进口汽车市场的发展是一个明显利好,尤其是能够对进口高端豪华车型的发展速度产生一定的促进作用,因为汽车进口关税的降低,能够直接降低进口高端豪华车型的成本。

对于进口豪华车来讲,当下正处于高速增长初级阶段,此时进口汽车关税的下调,能够推动进口豪华车销量的增长,增加潜在用户,从而获得更多的市场份额。此外,值得注意的是,此次不仅是汽车整车进口关税下调,零部件进口

关税也一并下调。众所周知,进口豪华车的维修保养费是昂贵的,这也成为很多消费者望而却步的主要原因之一。因此,崔东树认为,零部件进口关税的下调能改善进口豪华车昂贵的维修和保养费,进而改善消费者的购买心理。

此外,对于进口汽车关税下调业内认为会在一定程度上倒逼国内汽车市场的升级,能够增加进口车型在市场上的竞争力,另一方面,从市场角度而言,进口汽车关税的下调在一定程度上可以刺激自主品牌的发展,从而提高核心技术实力,形成有效竞争力;最后,也能够使得国内汽车市场形成良性竞争,有利于培养市场机制。

能够让消费者以更低的价格获得产品,还能提升销量;但长远而言,如果不提升自家汽车产品的竞争力,最终失败的还是厂家。”

除了豪华车品牌之外,其他涉及到进口车业务的外资品牌也进行了价格调整。记者从福特汽车处获悉,将对在华销售的进口全车系车型进行价格调整,降价幅度在1.5万元~3.5万元之间,“福特汽车响应中国政府进口汽车关税的下调而作出的价格调整,将有利于确保福特进口车型的竞争力。”福特汽车相关人士如是说。

记者整理发现,截至5月底,已经宣布要进行官方降价(包括表态但还未作出具体降价调整的)的车企数量已经超过20家,这也成为中国汽车市场近十年来最大的一场官方降价浪潮。

关税也一并下调。众所周知,进口豪华车的维修保养费是昂贵的,这也成为很多消费者望而却步的主要原因之一。因此,崔东树认为,零部件进口关税的下调能改善进口豪华车昂贵的维修和保养费,进而改善消费者的购买心理。

此外,对于进口汽车关税下调业内认为会在一定程度上倒逼国内汽车市场的升级,能够增加进口车型在市场上的竞争力,另一方面,从市场角度而言,进口汽车关税的下调在一定程度上可以刺激自主品牌的发展,从而提高核心技术实力,形成有效竞争力;最后,也能够使得国内汽车市场形成良性竞争,有利于培养市场机制。



汽车进口关税下调引发连锁反应。

本报资料室 / 图

中高端自主受冲击

进口汽车关税下调的“靴子”落地,很多人认为会掀起国内汽车市场的多米诺骨牌效应。不过很多业内人士却有不同观点,招商证券的汽车分析师表示,“进口汽车关税下调好于预期,之前业内曾预测此番进口汽车关税降低的幅度会在10%~15%,这次降到15%在可接受范围内,对国内汽车市场的冲击有限。”

这次进口汽车关税下调影响最直接的是进口豪华车,然而这一细分车型在国内汽车市场所占份额不到10%。“即便是进口豪华车的竞争力增强,但依旧是一个小树枝,树枝是无法撼动树木根基的。”上述佐思产研分析师如是说。

另外,记者走访,询问京津冀几家豪华车4S店发现,目前进口豪华车型的在售价格都低于官方指导价,因此上述佐思产研分析师坦言道,“经销商能否按照后续调整价格销售还是未知,所以消费者现在就想买到更便宜的车也是不太现实的。”宝马中国相关负责人也表示,“不会参与到经销商的销售,完全取决于经销商的自主经营决策。”

谈及进口汽车关税下调会对自主品牌产生什么样的影响时,贾新光坦言:“无论关税下调的幅度如何,都不会对自主品牌的发展产生太大的影响。在关税下调层面,自主品牌仍旧拥有一定的主动性。”

当然,对于自主品牌的发展也是有一定的积极影响。当前,国内汽车市场已经迈向全面开放的阶段,进口汽车关税下调推动进口车型的发展,以及外资品牌的大量入

华和多方位在华布局,可以刺激自主品牌在研发领域的进一步提升。实际上,进口汽车关税下调首当其冲的便是合资品牌的中高端品牌。随着进口车型的官降,合资品牌为了保障市场,避免不了一场价格战,但这场价格战的影响确实不容乐观。

此外,进口关税的下调还会影响到自主品牌的中高端品牌。在中融创投基金管理(北京)有限公司董事长曹鹤看来,“进口汽车关税的下调主要会对刚刚出现不久的中高端自主品牌带来冲击。”他进一步解释道,“由于合资品牌能够对本土生产和进口有所协调,所以影响不会很大。另一方面,随着进口汽车关税的下调可能会使得一些外资豪华车型的国产化进行放缓。”

除了业内人士之外,自主品牌对于进口汽车关税下调的态度也颇为淡定。吉利汽车(00175.HK)相关负责人表示,“这一次进口汽车关税下调对于自主品牌影响是有限的,几乎可以忽视。吉利汽车对这一波官降持欢迎态度。”上汽荣威相关负责人则认为虽然进口汽车关税下调对于自主品牌是一种挑战,但随着自主品牌技术的提高,有信心可以和合资品牌抗衡,从经济层面考虑,消费者会比较倾向自主品牌。

不过曹鹤也表示,“对于自主品牌来讲,进口汽车关税下调还是有很大警示作用,随着中国汽车市场的进一步开放,自主品牌的竞争压力会越来越大,这一波官降可以刺激到自主品牌的规划和布局。”

落后的先行者:腾势新能源陷进退两难之境

本报记者 郭敏敏 深圳报道

近日,深圳腾势新能源汽车有限公司(以下简称“腾势新能源”)获得了比亚迪汽车工业有限公司(以下简称“比亚迪”)和戴姆勒大中华区投资有限公司(以下简称“戴姆勒”)的新一轮增资,增资金额共计8亿元。

两大股东意欲通过增资改善腾势新能源的资产负债率,推动其营运资金周转、帮助其新能源汽车业务实现可持续拓展、拓宽销售及服务网络、加强与奔驰核心战略经销商集团的合作。

腾势新能源自2011年成立以来,仍处于亏损状态。并且从规模上看,也未有较大突破,年销量至2017年仍未突破5000辆。

随着造车新势力的陆续投产交付,腾势新能源面临着更加严峻的竞争局势。在多位受访业内人士看来,腾势新能源目前所面临的处境较为尴尬,一方面两大股东均有能力独资或寻找新的合作方开展高端新能源汽车业务,腾势新能源“可做不可做”;另一方面从本身的产品定位出发,往上走有特斯拉,往下走则面临更大的竞争,目前所处的位置可以说是进退两难。

对于腾势新能源接下来在产品规划方面有何规划、持续亏损的主要原因、高端定位是否成为产品走量阻力,以及整体售后的布局、销售渠道方面是否存在短板等问题,《中国经营报》记者致电致函腾势新能源方面,截至发稿尚未获得回复。

8亿元增资

比亚迪与戴姆勒对于腾势新能源的增资并非首次。据本报记者不完全统计,从腾势新能源2011年成立至今,比亚迪与戴姆勒已为其增资了3次,共计26.6亿元。

其中,2013年3月,双方曾共同增资8.6亿元,希望能尽快拓展汽车业务,推出具备较强市场竞争

亏损成常态

尽管资金不断,但“缺钱”已是腾势新能源的常态,先行布局新能源汽车产业的优势并未在腾势新能源上得以反映。据公开资料显示,腾势新能源从2011年成立至今已7年,但仍未摆脱亏损状态。2014至2017年腾势新能源共计亏损26.1亿元,年均亏损6.5亿元。

其中,2017年度营业收入约

起点定位过高?

记者从腾势新能源官网上注意到,目前其在售车型仅“腾势500”,亦是此次比亚迪与戴姆勒增资希望能够助力其销量提升的核心车型。

记者通过官方销售热线咨询获悉,目前腾势400和腾势300已暂停销售,腾势500相较于腾势400和腾势300在续航能力方面有了较大的提升。“在使用条件下,不开启任何额外用电设备,室内温度以20摄氏度,且以60km/时速度行驶,腾势300、腾势400和腾势

力的新产品,抢占市场位置。2017年5月,双方为腾势新能源共同投资10亿元。彼时增资主要是为了补充腾势新能源的营运资金,缓解国家新能源汽车补贴政策调整引起的补贴回款周期延长对腾势新能源营运资金的影响。

时隔一年,双方再次投资8亿

元,此次增资则将用于日常营运所需的人员支出、市场广告费用、支付供应商货款、银行本金偿还及利息支出、整车采购车款、电池的升级及测试、服务网络的建设等。对此,有市场分析指出,缺乏造血能力的腾势新能源只能靠两大股东输血续命。而频繁获得股东增资也代表了股东对腾势

500续航里程分别可达345公里、473公里和635公里。个人驾驶习惯对于续航里程都会有所影响,腾势300、腾势400、腾势500的续航里程可能会分别低于或高于255公里、352公里和451公里。”官方客服介绍表示。

在价格方面,腾势新能源一直定位为30万元左右,以腾势500为例,腾势500时尚版补贴后零售价为29.88万元,腾势500荣耀版补贴后建议零售价为32.88

元。该定价与腾势新能源成立以来“高端定位”所匹配。不过在业内看来,腾势新能源的高端定位也成为了其销售量难以提振的关键原因。“车企布局新能源一方面是选择从高端入手,一方面从中下游入手,对于腾势新能源而言,价格往上有特斯拉、奔驰,价格往下有比亚迪、江淮、通用等,夹在中间所覆盖的人群比较少,所以腾势新能源一直走得比较艰

难。如前述分析所言,腾势新能源缺乏自我造血功能。作为国内成立较早的新能源技术合资公司,腾势新能源两大股东在分工上较为明确,比亚迪主要承担电池、电机、电控等环节的工作,戴姆勒则承担整车的总体控制,包括品质控制、整车造成流程及最终车辆测试等工作。

最为关键的是,腾势新能源

并未有自己的工厂,更多是依赖比亚迪造车工厂,这在前述汽车评论

员看来,腾势新能源缺乏一定的自主独立性,“两个股东干起来不太用心,抛弃又不太忍心。而从腾势新能源本身看,亦是高不成低不就。政策环境在变化,造车资质在放开,戴姆勒可能更愿意和其他企业合作,或者独资造车,而比亚迪

新能源未来发展的看好。

事实上,对于腾势新能源的去留问题一直受到市场关注,此前亦有声音指出,腾势新能源将被戴姆勒和比亚迪抛弃。但无论是比亚迪董事长王传福还是戴姆勒大中华区投资有限公司董事长兼CEO唐仕凯均曾公开表示,不会放弃腾

势新能源,未来还会继续投资,此次的增资即是最好的印证。不过一位不愿具名的资深汽车评论员则指出,“最重要的还是看增资的资金用于何处,如果是用于建设工厂或许对于腾势新能源而言还有转机。目前看并没有这一计划,因此增资的效果还有待检验。”

亦有自己的车型,所以腾势新能源现在的处境较为尴尬。”不过在另一位汽车业内人士看来,“亏损是新能源汽车普遍存在的困境,新能源电动车的普及程度并不高亦是市场存在的通病,这并非只是腾势新能源存在的问题。对于腾势新能源而言最主要的问题还是价格。”

而在前述业内人士看来,腾势新能源和特斯拉都定位为高端电动车,但整体设计思路不一样。“特斯拉走的是时尚轿跑路线,腾势新能源则是贴近实用性,对于消费者而言,30万元左右的实用性车型可以有更多的选择,因此会有更多考量。”此外,据记者了解在售后服务方面,腾势新能源亦有待提升。根据腾势新能源官网信息显示,截至2017年底,由腾势经销商店和梅赛德斯-奔驰经销商店组成的经

销商网络共计28家。

其中,以深圳为例,目前腾势新能源仅在龙华、罗湖、宝安有相应的经销商,而罗湖经销点不提供售后。“目前腾势专营经销商提供售后,联合经销商暂未能提供售后。”电话客服人员表示。

而回到比亚迪和戴姆勒增资看,其增资意图之一亦是进行了进一步拓宽销售及服务网络。腾势方面在官网指出,2018年,腾势的销售与服务网络还将进入到更多省份。