



C11 | 新能源汽车下乡:供需错配与待撬动的市场

C12 | 看好中国新能源车市场前景 纯电动车型ID.4年底投产

>C9~C12

车展“重启”首秀:新能源汽车仍为“重头戏” 中国车市分化加剧

本报记者 尹丽梅 董海华 成都报道

新一届成都国际汽车展览会(以下简称“成都车展”)如约而至。作为西部地区规模最大、规格最高的年度汽车盛会,第二十三届成都车展于7月24日启幕,成为新冠肺炎疫情得到有效控制以来,本年度国内四大A级车展首秀。

多年来,作为国内四大车展“疫”后首个A级车展启幕

众多汽车品牌均视本届成都车展为车市回暖的“前哨阵地”,纷纷携多款全球或国内首发车型空降蓉城。

今年以来,新冠肺炎疫情给国内乃至全球汽车产业带来巨大冲击。中汽协披露的数据显示,2020年1~6月,我国汽车产销分别完成1011.2万辆和1025.7万辆,同比分别下降16.8%和16.9%。

2020年以来,受新冠肺炎疫情影响,原计划于今年3月举行的2020年日内瓦车展被迫取消;原定6月举行的北美车展(即底特律车展)和原定9月底举行的巴黎车展也相继取消。

随着国内疫情防控形势基本稳定,今年4月初,成都车展率先拉开国内四大A级车展序幕,鸣响“第一枪”。7月24~8月2日,

新能源车型扎堆发布

相较于2019年成都车展,参与2020年成都车展的“造车新势力”规模有所减少。

与2019年成都车展趋同,新能源汽车仍为2020年成都车展“重头戏”。据悉,本届成都车展将有上百款新车相继亮相、上市,其中不乏多款重磅新能源车型。

据记者不完全统计,蔚来EC6、上汽荣威R ER6、新款BEIJING-EU5、微蓝6插电混动版、微蓝7、比亚迪宋PLUS纯电版、东风标致4008 PHEV、天逸C5 AIRCROSS PHEV、五菱宏光MINI EV、欧拉新款R1、欧拉全新电动车等均亮相本届成都车展。

在品牌方面,记者了解到,包括Polestar(极星)、蔚来、小鹏、威马、爱驰、赛力斯等“造车新势力”,以及传统车企下的多个新能源汽车品牌均参与了本届成都车展。

之一的成都车展,一直是各大品牌开拓西部市场的前沿之地,2020年上半年中国车市总体呈现“V”形走势,二季度国内汽车销量虽较一季度有所恢复,但据中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)最新发布的预测,2020年,中国汽车销量预计将下降10%~20%。压力之下,作为2020年车展“重启”的首秀,成都车展肩负着带动汽车产业动能复苏、提振市场信

成都车展将在中国西部国际博览城盛大举行。

2020年二季度以来,随着相关政府陆续放宽限制与刺激消费,中国汽车行业正迎来复苏,众多汽车品牌均视本届成都车展为车市回暖的“前哨阵地”,纷纷携多款全球或国内首发车型空降蓉城,成都车展或将为2020年国内车市注入“强心剂”。

据了解,一众重磅新车在本届成都车展迎来首发亮相,包括长城汽车将在展会现场全球首发旗下品牌WEY的首款重磅越野车型、第三代哈弗H6、哈弗全新品类SUV——哈弗大狗;比亚迪将全球首发宋PLUS,全球预售2021

心重要使命。

《中国经营报》记者注意到,众多汽车品牌在本届成都车展上加大了投入。成都车展主办方之一的汉诺威米兰展会(中国)方面表示,宝马、奥迪、奔驰、捷豹路虎、沃尔沃日产等参展品牌对本届车展的投入不降反升,纷纷提升参展面积。相较于2019年成都车展,2020年参展车企及参展规模均有所缩减。据

款唐;五菱新车Victory、罗伦士LS560MX将进行全国首发;全新路虎卫士、雪铁龙首款新能源汽车天逸C5 aircross、东风悦达起亚新车凯酷、全新林肯飞行家、领克06、捷途95 Pro特别版、全新一代路虎5X等也将在本届车展上开启全国预售或上市。

豪华车的强大阵容依旧是本次成都车展的亮点之一。超豪华品牌玛莎拉蒂、保时捷、兰博基尼、阿斯顿·马丁、宾利、劳斯莱斯和豪华座驾宝马、梅赛德斯-奔驰、奥迪、雷克萨斯、沃尔沃、凯迪拉克等将继续在本届成都车展上“乘风破浪”。

其中,宝马将再次以3210平

方米的巨型展位名列本届车展展位榜首,带来全新4系和中期改款Mini Countryman;奥迪首次以3000平方米的超大展位亮相成都车展;而梅赛德斯-奔驰也将携包括全国首发上市的CLA/CLC猎装版、全新GLA等7款全新车型在近3000平方米的展位上强势亮相。

主办方预计,各大品牌加持本届成都车展,将为下半年中国汽车市场有望恢复或超过去年同期水平增添一份力。

相对于北京车展、上海车展及广州车展,成都车展往往被解读为“销售导向”最为明显的车展。

自2009年以来,我国一直在大力发展新能源汽车。记者注意到,2020年以来,主管部门已经出台新能源汽车鼓励政策,延长新能源汽车补贴和购置税优惠至2022年。为进一步促进汽车消费,7月15日,工信部等三部委联合发布《关于开展新能源汽车下乡活动的通知》,组织开展新能源汽车下乡活动。

“疫情下的国内汽车市场消费将随着成都车展的举办而逐步触发,车市回暖将较预期更早到来。”全国乘用车秘书长崔东树告诉记者,随着成都车展、北京车展等在下半年集中举行,以及车企促销宣传促销活动增多,下半年新能源车市或将实现两位数的正向增长。

行业分化加剧

未来相当长时间,豪车增速将快于车市总体增速。

中国汽车市场的“马太效应”不止体现在“造车新势力”阵营,实际上,“马太效应”在整个中国车市上演。

记者在成都车展现场看到,相对于宝马、奥迪、奔驰、捷豹路虎、沃尔沃、日产等参展品牌对本届车展的投入不降反升,纷纷提升参展面积,自主品牌在本届车展上则显得相对低调。

而这背后的深层原因在于,当前中国自主乘用车的市场份额遭到进一步挤压。中汽协数据显示,2020年上半年,自主品牌乘用车市场份额持续下降,销量仅为285.4万辆,同比下降29%,市场份额为36.3%,销量下降幅度高于市场整体降幅。与此同时,德系、日系市场份额却在逆势上扬。中汽协数据显示,德系、日系乘用车上半年市场份额已分别扩大至25%、23.7%。

在自主品牌中,边缘车企生存更为艰难。新冠肺炎疫情更是直接打击国内边缘车企,目前已有多家企业身处债务泥潭或复产无望的困境。例如众泰汽车2020年1~5月的销量仅3000余辆,工厂停产、逾期账款无法偿还。众泰汽车此前在国内汽车销量位于第15名左右,中汽协最新数据显示,这一位置已经被初创车企威马汽车取代。另外,力帆股份也

已经被债权人申请破产重整。而上述企业也未出现在本届成都车展上。

而相对而言,豪华车企的日子还算“滋润”。乘联会发布的数据显示,豪华品牌乘用车6月零售量同比大涨27%,市场份额相应创出14.9%的历史新高。

在华金证券研究员肖索看来,豪华车销量表现较好是受益于消费升级和价格下探,消费者购买意愿加强,而且豪华车的客户群体受疫情影响较小,所以促进了豪华车市场份额的提升。与此同时,疫情对中小企业的冲击较大,对低收入群体影响较明显,因此今年上半年自主品牌市场份额下滑较明显。平安证券分析师王德安认为,未来相当长时间,豪车增速将快于车市总体增速。

“豪华车与合资车价双向下压,而自主品牌车均价在提升,带来的结果就是自主品牌车的价格优势不再,8万元以下需求明显趋弱,高端车型突围又很艰难。未来低端市场成长关键点或将落在入门新能源车型的个人客户竞争上。”崔东树此前曾对记者表示。

中汽协副总工程师许海东预计,三、四季度增长的节奏应该会放慢,综合计算下来,在相对乐观的情况下,全年销量预计同比下降10%。



7月24日上午9时许,记者在成都车展现场看到,场馆内多个汽车品牌正在有序组织员工喊口号“热身”,为接下来几天的品牌营销及销售鼓劲。 尹丽梅/摄影

参展车企数量“缩水” 仅六家造车新势力“露面”

下半年复苏攻坚战打响 2020成都车展或难成车市强心剂

本报记者 刘媛媛 成都报道

在国内车市正在逐步恢复的当下,第二十三届成都国际汽车展览会(以下简称“成都车展”)如约而至,率先拉开本年度国内四大A级车展大幕。

据了解,本届成都车展作为中西部车市最受瞩目的“风向

展出车辆大幅减少

2020年对于各行各业来说都是不平凡的一年,尤其是汽车行业,遭受市场持续下行和疫情的双重影响,受到巨大打击。

根据中汽协数据,今年上半年,国内汽车产销累计均超过1000万辆,分别为1011.2万辆和1025.7万辆,同比分别下降16.8%和16.9%。虽然6月份汽车销量实现同比11.6%的双位数增长,但主要原因是补充今年前4个月的需求。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋直言,今年1月,受疫情影响,汽车行业也被按下了“暂停键”,一季度国内汽车产

标”,肩负着带动汽车产业动能复苏、提振市场信心、推动扩大内需的重要使命,不少德系、美系、日系、韩系以及合资、自主等汽车品牌纷纷携多款全球或国内首发车型亮相,欲掀起下半年汽车行业升级换代的浪潮。

不过,《中国经营报》记者在探馆过程中发现,相比往年,今年

销量计同比下降均在40%以上。直至4月份才结束销量“21连降”,呈现回暖势头。如果下半年市场恢复较好,预计全年车市降幅可能会恢复到10%以内。

在这一背景下,作为打响今年国内四大A级车展“第一枪”的成都车展备受关注。只是在疫情影响下,本届成都车展是否一如既往的“火热”,又能否挑起“刺激汽车消费”的大梁?

根据官方信息,本届成都车展汇聚了120多个国内外知名汽车品牌,参展车辆超1500余辆,展出规模达16万平方米。其中,宝马、奥迪、奔驰、捷豹路虎、沃尔沃、一

览,仅有赛力斯、Polestar、蔚来、小鹏、威马、爱驰6家前来参展,去年参展的天际、前途等纷纷缺席。

在全国乘用车秘书长崔东树看来,西部汽车市场已经成为中国汽车市场的新引擎,在成都车展推出新车,主要是为了刺激下半年市场消费,但对于造车新势力来说,西南地区并不是它们的“主战场”。

不过,记者对比发现,去年成都车展公布的官方信息是:“130多个汽车品牌齐聚蓉城,展出车辆1600余辆。”这意味着,今年不管是参展品牌数还是展出车辆数都有一定程度的“缩水”。

“成都是西南最大的汽车市场,而且是中国第二大汽车市场,所以成都车展是极其重要的风向标,很多品牌来参加车展并且推出新车,我认为对下半年市场消费能起到较好的刺激效果,今年成都车展提前了两个月召开,也是为了刺激整个车市。而一部分退出车展的品牌,则主要是为了降成本。”崔东树告诉记者。

新势力偃旗息鼓

目前各大汽车品牌都进入了新能源汽车赛道,增加在电动化上的研发和投资。但在本届成都车展上,记者发现,只有Polestar、蔚来、小鹏、威马、爱驰、赛力斯6家造车新势力前来参展。

其中,Polestar首次参展成都国际车展,带来其首款量产车型纯电动轿跑Polestar 2和高性能电驱混合动力GT轿跑Polestar 1;爱驰带来了U6 ion概念轿跑的国内首秀;赛力斯宣布赛力斯SF5四驱高性能运动版、赛力斯SF5两驱高性能运动版正式上市,市场指导价分别为27.9万元、24.9万元。

作为造车新势力中的“销量担当”,蔚来则在成都车展上公布其第三款车型EC6的售价,运动版起售价为36.8万元,性能版起售价为40.8万元,签名版起售价为46.8万元;威马携威马EX5-Z和威马EX6 Plus两款重磅车型登陆成都车展,全面展示威马汽车在健康安全、智能交互、设计美学等方面的产品实力。

对比发现,去年前来参加成都车展的造车新势力有8家,包括蔚来、威马、天际、爱驰、前途、小鹏和赛力斯等。今年天际、前途已退出成都车展“群聊”。

为何造车新势力几乎集体放弃了本次成都车展“刷存在感”的重要

时机?有分析认为,或与他们当前的艰难处境有关。6月以来,新造车行业变局加快,拜腾、博郡、赛麟等相继倒下,而活着的企业日子也并不好过,即使是头部阵营的蔚来、威马等,在屡获融资、销量增长的水面之下,也夹杂着生存的无奈。

乘联会数据显示,今年上半年国内狭义新能源汽车累计销量31.3万辆,其中销量前10的新势力总销量为45795辆,占全国新能源总销量的14.1%。而2020年上半年,销量排名倒数40的车企名单中,合众、小鹏、零跑、云度、爱驰、知豆、电咖等新势力纷纷在列。关于新造车势力的淘汰赛2019年便初见端倪,今年的疫情则进一步加速了淘汰的趋势。

在崔东树看来,西南地区并不适合电动车的发展,再加上今年造车新势力本身生存也比较艰难,出于降成本考虑,造车新势力的集体“缺席”就显得很正常。

“其实现在在合资企业的新能源车型已经爆发了。比如北京现代、东风标致、东风雪铁龙等,现在都推出了新能源车型,有纯电动车的,也有插电式的,所以说合资企业在新能源领域正在加速追赶自主品牌,压缩了造车新势力的空间。”汽车分析师张翔分析道。