

全国乘用车产能利用率52.47%

车企巨头“角逐”闲置产能 多地重燃汽车产业梦

本报记者 方超 张家振 上海报道

在经历产能快速扩张之后,我国汽车产能审批或将进一步收紧。近日,国家发改委相关负责人表示,整车企业要突出重点布

局,依托现有生产基地继续发展,在现有基地达到合理规模之前,不再新增产能布点。早在2021年,工信部相关负责人也表示,要充分发挥市场作用,鼓励企业兼并重组做大做强,进一步提高产业集中度。

根据乘联会发布的《2021年我国乘用车产能问题分析》,截至2021年底,全国乘用车产能合计4089万辆,产能利用率为52.47%。虽然比2020年的48.45%提高4%,但还是处于产能严重过剩的区间。2021年,

新能源乘用车销售332.6万辆,而新能源乘用车的专用产能已经有569.5万辆,产能利用率是58.4%。在政策利好与市场驱动下,诸多已被“忽视”的闲置生产基地和产能,正成为车企扩

大生产规模的新选择,例如吉利汽车“接手”重庆力帆,长城汽车“牵手”猎豹汽车等。多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,随着新能源汽车快速发展,我国汽车产业正加速重构,而此

前形成的闲置生产基地和产能正成为头部企业扩大产能的“可选标的”,在推动汽车行业走向“质变”时代的同时,亦可通过盘活闲置产能进一步带动地方经济和汽车产业发展。

上调销量目标

2022年,新能源汽车销量有望突破600万辆。

在2021年经历销量大幅增长后,新能源汽车销量仍呈持续攀高之势。

中泰证券研报统计显示,在国内“造车新势力”中,今年3月份销量排名前五位的分别为小鹏、哪吒、理想、零跑和蔚来,销量依次为15414辆、12026辆、11034辆、10059辆和9985辆,同比增长率分别达到202%、270%、125%、909%和38%。

除了一众“造车新势力”发布销量成绩外,4月7日,吉利汽车发布信息称,3月份纯电动汽车销售11900辆,同比增长538%,而比亚迪也在发布3月份产销快报的同时,宣布将停止燃油汽车的生产,由此成为全球首个正式宣布停产燃油汽车的传统车企。

中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)数据显示,今年1~2月,我国汽车累计销量达426.8万辆,同比上升7.5%。其中,新能源

汽车累计销量76.5万辆,同比上升154.7%。

4月7日,中汽协根据13家重点企业上报的周报推算,2022年3月汽车行业销量预计完成224.9万辆,环比增长29.5%,同比下降11%;2022年1~3月预计累计完成651.7万辆,同比增长0.5%。

值得注意的是,尽管仍然遭受芯片短缺和原材料涨价等问题困扰,但新能源汽车行业销量增长的趋势并未受到太大影响。在此情况下,行业研究机构与车企也纷纷上调了2022年度或未来几年的销量目标。

“原来预期2022年新能源乘用车销量480万辆,目前应调整到550万辆以上,新能源乘用车渗透率达到25%左右。2022年,新能源汽车销量有望突破600万辆,新能源汽车渗透率在22%左右。”乘联会表示。

诸多车企也已在2021年销



并购闲置生产基地正成为车企巨头扩大生产规模的新选择。图为众泰汽车位于杭州市的生产基地。

本报资料室/图

量基础上,大幅上调了2022年的销量目标。根据财报数据,吉利汽车2021年全年总销量实现132.8万辆,2022年全年交付目标为165万辆,并将推出包括混动在内的多款新能源车型。

吉利汽车CEO淦家阅表示,2022年将加大新能源产品的

研发投入,在纯电、超级电混、纯电混动和换电等赛道上全面发力。

据介绍,到2025年,吉利汽车旗下新能源汽车销量将达到90万辆,占比30%,再加上极氪汽车品牌,吉利汽车旗下的新能源汽车整体销量占比将超过40%。

除吉利汽车外,奇瑞集团将

2022年的销量目标定为“确保年销量150万辆、力争200万辆”,根据计划,到“十四五”末,奇瑞集团旗下产品将实现100%新能源化、100%网联化。长城汽车则制定了“到2025年,实现全球年销量400万辆,其中80%为新能源汽车”的目标。

盘活闲置产能

头部车企正掀起一轮“收编”闲置产能的运动。

尽管新能源汽车销量保持大幅增长势头,但汽车行业也面临着产能闲置等问题。

“在传统汽车行业,包括新能源汽车行业在内,很多企业此前‘跑马圈地’布置产能,引发了产能总体利用率不高甚至产能过剩的问题。相关部门现在通过加强宏观调控、压降产能、优化布局等方式进行调节,实际上是利好信息。”华东某地汽车产业主管部门相关负责人如是告诉记者。

“‘十四五’期间,面对外資的

逐步开放和日趋激烈的市场竞争,国内车企淘汰赛加剧。”赛迪顾问汽车产业研究中心分析认为,优势企业通过兼并重组做大做强,同时通过全球化布局增加品牌竞争力;研发能力和产品竞争力较弱车企将逐步退出市场舞台。

在此情况下,头部车企正掀起一轮“收编”闲置产能的运动。例如,作为头部车企的吉利汽车就先“牵手”重庆力帆和猎豹汽车等。

2020年4月27日,吉利控股集团与湖南省、长沙市政府正式签署战略合作协议,托管湖南省属国有企业长丰集团旗下的猎豹汽车长沙工厂,从事新能源汽车整车的生产和销售。

记者进一步梳理发现,除吉利汽车外,长城汽车曾接手位于湖北省大冶市的汉龙汽车工厂,并兼并重组了猎豹汽车荆门工厂和临沂众泰汽车基地等。而在今

此外,除弱势品牌车企闲置产能被“收编”外,近年来,合资品牌闲置产能也被不少车企揽入麾下。例如,神龙汽车武汉第二工厂已被东风本田正式接手,将改造成纯电动车生产工厂。

“传统燃油车闲置产能可以通过产线改造等方式实现利用,因此可以解决燃油车产能闲置问题,避免投资浪费。”招银国际研究部经理白毅阳对记者分析称,“就目前的相关政策而言,对拥有闲置产能的‘僵尸企业’是

一个非常好的退出渠道,可以通过转让等方式一次性退出,也可以通过代工等方式赚取长期代工费。”

有汽车行业专家也向记者表示,对于拥有资金、技术实力,产品更受市场欢迎的头部车企而言,通过收并购等方式盘活闲置产能既可以压缩投资建厂时间、满足产能扩张需求,也可以避免原有厂房设备和土地等资源的浪费,同时提高行业产能利用率,实现一举多赢。

一季度销量同比增长6.8%

“新三驾马车”助力上汽集团“跑赢大盘”

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

上海汽车集团股份有限公司(以下简称“上汽集团”,600104.SH)日前公布的2022年3月份产销快报显示,今年一季度,集团整车合计销量达122.06万辆,同比增长6.8%。

可供对比的是,中国汽车工业协会4月11日披露的数据显示,今年一季度,我国汽车行业共完成销量650.9万辆,同比增长0.2%。这也意味着,上汽集团今年一季度销量大幅“跑赢大盘”。

“公司在积极防疫抗疫的同时,实现产销‘跑赢大盘’,还重点针对上海地区需求,为防疫抗疫提供定制化车辆,广大员工也同心抗疫,广泛参与各类志愿服务。”上汽集团方面表示。

上汽集团相关负责人向《中国经营报》记者表示,今年一季度,上汽集团自主品牌、新能源汽车和海外市场“新三驾马车”表现亮眼,合资企业继续保持稳中向好的发展态势。“尤其是上汽大众,今年一季度销量同比大幅增长33%,帕萨特、途观等主力车型持续热销。”

销量表现符合预期

作为国内规模领先的上市车企,上汽集团旗下主要整车企业包括上汽乘用车、上汽大通MAXUS、智己汽车、飞凡汽车、上汽大众、上汽通用、上汽通用五菱和南京依维柯等。

数据显示,截至2021年,上汽集团整车销量连续第16年保持国内第一,自主品牌销量首次占据“半壁江山”,新能源车销量国内第一,海外销量连续6年国内居首。

今年一季度,上汽集团共销售整车122.06万辆。具体来看,上汽大众销量为33.12万辆,同比增长32.97%;上汽乘用车销量为19.42万辆,同比增长33.68%;上汽通用

五菱销量为32.61万辆,同比增长5.65%;上汽大通MAXUS销量为5.13万辆,同比增长11.51%。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者,上汽集团今年一季度的销量主要还是倚仗合资车企的贡献,自主品牌的销量占比并不高。

不过,记者注意到,上汽集团自主品牌正加快“向上突破”的步伐。其中,上汽集团创新打造的智己汽车和飞凡汽车推出的新车型已得到市场广泛关注。

资料显示,智己汽车旗下搭载了“云管端”一体化智能车解决方案的“新世界驾控旗舰”智己

L7 Pro已正式公布售价,并在近期启动批量交付。除此之外,飞凡汽车旗下的“极智高阶纯电SUV”飞凡R7预销量产车也已经成功下线。

与此同时,对于“新三驾马车”之一的新能源汽车,上汽集团也正大力布局。“十四五”期间,上汽集团计划在新能源及智能网联汽车领域投入3000亿元,全力推动创新转型发展。

今年一季度,上汽集团新能源汽车也实现了“量增质升”。数据显示,上汽新能源汽车销量超过19.2万辆,同比增长27.73%;其中,上汽自主品牌新能源汽车渗透率

已达26.7%。

据了解,上汽通用五菱宏光MINI EV家族新成员“街头小霸王”宏光MINI EV GAME BOY盲订30天订单超过3万个;上汽大众“ID.电动家族”2022款焕新上市,升级配备智能泊车辅助、车门开启预警、预碰撞安全系统、紧急辅助等诸多智能化功能;全系智慧车联系统4.0功能进一步扩展,新增远程查看车辆状态、车辆行程报告、充电统计、电池关怀模式和预测维保等功能。

“上汽大众ID.系列今年会继续发力。此外,上汽通用凯迪拉克也推出了全新的新能源汽车平台,

上汽通用五菱电动车销量依旧火爆。因此,从目前的发展趋势来看,非常看好上汽集团新能源汽车板块的发展。”张翔表示。

对于上汽集团今年一季度的销量表现,首创证券研报指出,其销量表现符合预期。合资板块,上汽大众今年一季度显著恢复,2022年增量有潜力。“2022年至今,上汽奥迪A7开始交付、Q5 e-tron发布,上汽大众换代凌度L、新威然上市、ID系列切换至2022年款、中期改款朗逸发布。”此外,在自主品牌,上汽乘用车表现超越行业,高端新能源汽车品牌产品加速落地。

海外市场高速增长

“海外每卖出三辆中国车,就有一辆是上汽造。”2021年,上汽集团海外销量已连续6年位居国内首位。进入2022年,上汽集团在海外市场仍保持着“高速增长”态势。

数据显示,今年一季度,上汽集团“出口及海外基地”整体销量突破17.19万辆,同比增长44.9%。“海外表现持续领跑。”首创证券研报表示,其中MG品牌今年一季度全球销量达到13.5万辆,在澳大利亚、新西兰、沙特、卡塔尔等全球18个国家跻身单一品牌TOP10。

今年2月份,上汽集团曾对外宣布,2022年海外销售的目标要突破80万辆,其中MG品牌争取达到50万~60万辆,甚至更高。此外,上汽集团还将全面发力欧洲市场,自主品牌MG和上汽大通MAXUS在欧洲销量预计将达到12万辆,欧洲将率先晋级上汽集团首个“10万辆级”的海外区域市场。

记者注意到,面对火爆的欧洲新能源汽车市场需求,上汽集团将在2022年推出“全球车”MG EH32等新能源汽车产品,扩充营销服务网点至

1200个。值得一提的是,MG EH32是上汽集团集成全球优势资源打造的中国汽车工业首款“全球车”。

上汽集团总裁助理、上汽集团国际业务部总经理、上汽国际总经理余德曾表示:“MG EH32是为欧洲量身定制的一款全新电动车,车长约4.2~4.3米,采用上汽集团最好的整车架构,这也是上汽集团第一次在海外产品中应用最新的架构。”

在上汽集团海外销售成绩亮眼背后,离不开其强大、安全、高效的全球供应链体系支撑,跨洋物流

则是其中极为重要的一部分。据介绍,上汽集团旗下的上汽安吉物流股份有限公司(以下简称“安吉物流”)配送网络覆盖国内600多个城市与海外100多个国家和地区。

值得注意的是,今年1月17日,上汽集团与中国船舶集团正式签署协议,中国船舶集团旗下的江南造船(集团)有限责任公司将为安吉物流“量身定制”2艘远洋汽车运输船(滚装船),以满足上汽集团以及国内其他自主、外资金牌不断增长的出口业务需求。