

2022 促进汽车消费“第一枪”打响 汽车产销下半年有望大幅增长

本报记者 陈茂利 北京报道

3月以来国内新冠肺炎疫情反复,给中国汽车行业带来冲击。受疫情影响,汽车主机厂和供应链企业出现“停摆”,以致车企产销下滑。

以造车新势力为例,近日,蔚来、小鹏、威马、零跑等多家车企陆续发布4月份交付成绩单,环比3月上述企业交付量均出现下滑。

在此背景下,国务院办公厅印发《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》(以下简称《意见》)。《意见》中提出,“巩固拓展重点领域消费,鼓励有条件的地区开展新能源汽车和智能家电下乡,推动品牌消费、品质消费

多地打响2022促汽车消费“第一枪”

给予购置补贴,增加购买指标等措施的目的主要是刺激当地的汽车零售业。

近日,国务院和商务部先后对鼓励汽车消费作出指示。为响应国家政策,广东省政府办公厅印发《广东省进一步促进消费若干措施》的通知(以下简称“《通知》”),其中包括鼓励汽车消费、推动家电消费、发放消费券等。

《通知》中提出,继续实施汽车以旧换新专项行动,对报废或转出个人名下广东号牌旧车,同时在省内购买以旧换新推广车型新车并在省内上牌的给予补贴。

其中,报废旧车,购买新能源汽车的补贴10000元/辆,购买燃油汽车的补贴5000元/辆;转出旧车,购买新能源汽车的补贴8000元/辆、购买燃油汽车的补贴3000元/辆。

在鼓励购置新能源汽车方面,《通知》指出,2022年5月1日至6月30日,对个人消费者在省内购买以

进农村。”

响应国家政策,广东省、沈阳等地出台鼓励汽车消费政策。其中,沈阳市政府投入资金1亿元,面向在沈购车的个人消费者(户籍不限)发放汽车消费补贴。广州省则提出,在给予购车补贴的同时,在原有基础上增加购车指标。

“在现有地方财政压力比较大的情况下,能拿出这么多财政资金来支持汽车消费还是不错的。”汽车分析师林示向《中国经营报》记者表示,“我们也注意到,尤其是针对新能源汽车的补贴,还不足以抵消汽车涨价带来的影响。在这种情况下,靠补贴影响有限。受疫情影响,大家比较担心经济,所以关键是恢

复大家对经济的信心。”

在提振消费端的同时,供应端也在逐渐恢复。自4月中旬上海复工复产以来,记者从上海经信委了解到,首批666家重点企业“白名单”复工率已超过80%。

奥迪品牌经销商负责人告诉记者,“从目前来看,广东和沈阳出台的政策都是短期的,主旨是为了社会消费品零售总额指标达成。汽车消费受多种因素影响。主要有消费目标人群可支配收入、当地限购政策、出行方式需求等,我个人认为可支配收入是主要影响因素。如果以可支配收入不变为前提,能够有效促进汽车整车消费,限购政策松绑和取消出行限制是最有效的了。”



响应国家政策,广东、沈阳等地出台鼓励汽车消费政策。

陈茂利/摄影

2022年有望实现稳定增长

记者从车企相关负责人处了解到,当前企业设备的利用率已经达到100%。

受疫情影响,4月汽车工业核心城市上海、吉林等部分整车制造企业以及零部件企业陷入停产状态。对于车企面临的停产停工难题,4月中旬,工信部曾派出上海前方工作组,并设立工业和信息化领域保运转重点企业白名单,要求集中资源优先保障重点行业的666家重点企业复工复产,其中白名单上近四成是汽车及配套企业。

半月有余,汽车供应端恢复如何?工信部副部长辛国斌日前在接受采访时表示,“截至4月28日,上海市首批666家‘白名单’企业复工率86.8%,其中汽车制造业整车及零部件配套企业复工率达77%,集成电路设计、制造、封测等相关企业复工率91%。吉林省重点监测的50家骨干企业,复工率达98%。”

记者了解到,4月25日,上汽大众MEB工厂与安亭汽车三厂

经过为期一周的压力测试后,实现全线开动,迎来工厂复工复产后首批整车顺利下线。

“能否按时交付,关系着企业的信誉。整个4月产能已恢复至正常状态下的70%。”采埃孚副总经理陈浩天介绍。作为中国整车企业重要的自动变速器生产商,采埃孚复工后的第一批订单是为主要客户长城汽车和江铃汽车生产800台纵置8速自动变速器。

记者从陈浩天处了解到,当前企业设备的利用率已经达到100%，“我们争取把之前落下的产能都赶回来”。

据了解,针对企业产业现实困难,工信部加强监测调度。建立“汽车产业链供应链畅通协调平台”每日监测调度15家重点企业企业集团(总产量约占全行业九成)生产情况,为企业反馈问题提供快捷通道。工信部还建立

了省、市、县工信部门协同工作机制,“一站式”解决企业诉求。近一段时间推动解决复工复产和物流运输等700多个问题。

对于二季度和下半年汽车市场走势,辛国斌表示,“我国汽车工业韧性强、市场空间大、梯度深,随着疫情防控成效显现,我们对供给和需求‘同步回升’充满信心,二季度的产销损失有望在下半年得到弥补,全年有望实现稳定增长”。

“汽车产业作为国家实现稳增长预期目标的重点支持产业之一,随着疫情防控的稳定,产业链重新被激活,疫情后产销将回补,后续汽车产销量大概率将边际好转。”东莞证券在研报中指出。

记者从车企相关负责人处了解到,当前企业设备的利用率已经达到100%，“我们争取把之前落下的产能都赶回来”。

市场集中度进一步提高

两轮电动车驶入“新赛道” 高端化智能化之争再起波澜

本报记者 于典 张振 上海报道

高端化和智能化正成为两轮电动车行业未来发展的重要方向。

“在研发领域,集团继续投资于开发具有先进性能的新型两轮电动车及新型电动自行车以及核心零部件的新技术。”雅迪集团控股有限公司(以下简称“雅迪控股”,01585.HK)在日前发布的2021年年报中表示,2021年7月,集团推出高端VFLY系列两轮电动车,打造从外观设计、驾驶性能到智能化应用的两轮电动车产品的极致体验。

随着行业执行标准的提高与中小企业清退,两轮电动车品牌发展也不再依赖“价格战”,而是转变为重点提升品牌价值与产品价值,包括成立高端智能锂电品牌,与科技公司合作提升产品智能化水平等。

艾瑞咨询在《2022年两轮电动车行业白皮书》中指出:“2021年,两轮电动车市场集中度进一步提高,品牌生存竞争加剧。未来,在新势力品牌‘鲑鱼’的催化下,国内两轮电动车品牌的竞争将逐渐导向产品智能化竞争以及基于智能两轮电动车的服务生态的竞争。”

同时,随着海外市场对两轮电动车的需求不断扩大,相关企业也在积极拓展国外销售渠道。《中国经营报》记者以投资者身份致电雅迪控股,公司相关负责人表示:“海外市场是我们未来3~5年非常重头的市场。第一是海外市场销量增长迅速,第二是在海外市场有比较好的基础,产品的毛利率普遍高于国内市场。公司在东南亚、欧洲和美国市场都成立了对应的事业部。”

新国标带来换购小高峰

行业标准的提高与不良产品的整顿是两轮电动车行业健康发展面临的大趋势,包括低速电动车“新国标”、锂电标准和充电器标准等正不断完善、落实。

高强度、更规范的市场监管,也意味着两轮电动车行业龙头企业将迎来更大的发展红利。根据此前发布的《电动自行车安全技术规范》(以下简称“新国标”),要求对2019年4月15日前购买的、不符合新国标的两轮电动车实行3~5年过渡期管理。其中,北京市、上海市和浙江省等多地明确规定,过渡期内未上牌或过渡期

攀登高端化智能化制高点

近年来,国内两轮电动车使用基数大且保有量快速增长。相关数据显示,我国两轮电动车保有量已突破3.25亿辆,这也意味着平均约每4个人中就有1人拥有两轮电动车,国内市场已然陷入“红海”。同时,虽然两轮电动车行业规模还在持续增长,但整体增速已经从2019年的10%降到2021年的4.3%。

方正证券在研报中指出,两轮电动车的高端化升级是必然趋势。“内在的原因有两个,一是高端代表着国内基本盘站稳,二是更好的品质、更智能化的体验等因素,有助于进一步打开欧美高

出海成新业绩增长点

近年来,随着欧美等地区的市场需求不断提升,两轮电动车在海外的销量也在快速增加;叠加近期国际汽油价格波动,专家预计这一增长趋势仍将持续。在需求端利好不断的刺激下,我国两轮电动车企业也在积极布局海外市场。

中国海关的统计数据显示,2019~2021年,我国两轮电动车的进出口规模不断增长,且以出

口贸易为主。2019年,我国两轮电动车整车出口1334.5万辆,出口额27.7亿美元;2021年,我国两轮电动车整车出口2290.0万辆,同比增长27.7%;出口额52.9亿美元,同比增长50.8%。

在广阔市场利好刺激下,包括雅迪、爱玛、新日和台铃等传统品牌,以及九号公司、小牛电动等新锐两轮电动车企业都在积极布局

海外市场。目前,爱玛在欧洲布局了旗舰店,北美旗舰店也在规划之中;而新日则通过海外代理商渠道已进入到近100个国家和地区;小牛已建立海外50个国家和地区。

而较早布局海外市场的雅迪控股,早在2007年便成立了进出口公司。2019年11月,雅迪控股宣布越南北江生产基地正式投产,开创了我国两轮电动车企

业的提升,上层是用户的体验和生态的搭建,我们要打开价值增长的新窗口,首先夯实好整个产品的技术、品质、智能化、中后台,才能攀登生态的制高点和用户使用的制高点。”

“总体来看,2021年两轮电动车智能化水平提升明显,产品在车辆状态采集与硬件管理、车辆交互传输系统、驾驶辅助系统、能源系统、防盗系统等方面有较大提升。”艾瑞咨询在《2022年两轮电动车行业白皮书》中表示,用户对“智能化”的关注度明显上升,智能化成为用户继电池续航、动力性能后的一大重要购车考虑因素。

雅迪科技集团事业一群总裁王家中公开表示:“对于雅迪而言,高端化就是一个金字塔的结构,底层是产品性能和技术路线

考虑各方面因素的基础上,坚持两轮电动车的非机动车属性,全面提升安全标准。例如,最高车速不超过25km/h,蓄电池标称电压不超过48V,并增加了防篡改、防火、阻燃性能和充电器保护等技术要求。

在新国标出台后,市场也在加速淘汰资质不足和运营能力弱的中小企业,提高了两轮电动车市场的准入门槛。招商证券研报指出,2013~2019年,两轮车企业数量从约2000家缩减到了110家;2018~2020年,CR4(雅迪、爱玛、台铃、新日)市场份额从47.4%提升到了57.9%。

在智能化方面,雅迪集团推出了主打城市中高端新能源代步市场的VFLY品牌,该品牌由保时捷设计工作室以及顶尖设计团队联合打造,为城市新一代年轻人提供极致品质下个性化、智能化的全新出行体验。

“随着个性化绿色短途出行需求的兴起,两轮电动车产品的不断升级迭代及应用场景的多元化,两轮电动车的客户群将日益扩大。”雅迪控股方面在2021年年报中表示。

随着两轮电动车产品结构的优化,雅迪控股产品的平均售价也水涨船高。年报数据显示,2021年,公司电动踏板车和电动自行车的平均售价分别达到1662元和1265元。据了解,雅迪控股旗下冠能系列两轮电动车在2021年已售出约390万辆,在总销量中的占比达到31%,销量同比增长超过35倍。

对此,雅迪集团相关负责人表示:“VFLY作为雅迪旗下的子系列,定位主要瞄准九号公司和小牛电动的同类产品。目前,VFLY无论是从外观设计还是在智能化和传感等方面,都做到与同类产品相当甚至更好。未来在智能化功能已经具备的情况下,将从多方面进一步优化。”

据介绍,早在2020年12月,雅迪控股便发布了全球倍增战略,宣布将进行全球营销布局,建立全球品牌价值体系。彼时,雅迪控股董事局主席董经贵便提出:“未来,雅迪控股最起码要占领35%的市场,‘三分天下有其一’。”

作为两轮电动车行业龙头企业,雅迪控股近年来的销量和市场占有率不断提高。年报数据显示,2021年,雅迪控股实现销量约1386万辆,同比增长28.3%。

在政策利好下,雅迪控股最近三年的营业收入与净利润也双双实现了高速增长。年报数据显示,2019~2021年,雅迪控股分别实现营业收入119.68亿元、193.6亿元和269.68亿元,分别同比增长20.69%、61.76%和39.29%;净利润分别为5.05亿元、9.57亿元和13.69亿元,分别同比增长17.12%、89.64%和143.04%。

“自新冠肺炎疫情开始以来,公司观察到需求从公共交通转向个人化交通,以避免在使用大众交通工具期间与公众密切接触。”雅迪控股方面表示,结合两轮车越趋普及带来的持续自然替换需求,两轮车行业前景乐观。

在智能化方面,雅迪集团推出了主打城市中高端新能源代步市场的VFLY品牌,该品牌由保时捷设计工作室以及顶尖设计团队联合打造,为城市新一代年轻人提供极致品质下个性化、智能化的全新出行体验。

“随着个性化绿色短途出行需求的兴起,两轮电动车产品的不断升级迭代及应用场景的多元化,两轮电动车的客户群将日益扩大。”雅迪控股方面在2021年年报中表示。

随着两轮电动车产品结构的优化,雅迪控股产品的平均售价也水涨船高。年报数据显示,2021年,公司电动踏板车和电动自行车的平均售价分别达到1662元和1265元。据了解,雅迪控股旗下冠能系列两轮电动车在2021年已售出约390万辆,在总销量中的占比达到31%,销量同比增长超过35倍。

对此,雅迪集团相关负责人表示:“VFLY作为雅迪旗下的子系列,定位主要瞄准九号公司和小牛电动的同类产品。目前,VFLY无论是从外观设计还是在智能化和传感等方面,都做到与同类产品相当甚至更好。未来在智能化功能已经具备的情况下,将从多方面进一步优化。”

据介绍,早在2020年12月,雅迪控股便发布了全球倍增战略,宣布将进行全球营销布局,建立全球品牌价值体系。彼时,雅迪控股董事局主席董经贵便提出:“未来,雅迪控股最起码要占领35%的市场,‘三分天下有其一’。”