

# 政策红利与经销商促销双向加持 豪华车市场逐步回暖

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

“最近店内生意比上个月好很多,国家发布了刺激汽车消费的购置税减免政策,杭州市政府又持续加码,送上了‘补贴红包’,店内几乎所有的奔驰车型都有优惠活动,优惠力度从1万元到6万元不等,吸引了不少有购车意愿的消费者前来咨询。”近日,浙江省杭州市某奔驰4S店销售经理告诉《中国经营报》记者,在购置税减半征收的背景下,终端价格以稳定著称的奔驰4S店开启了让利模式,以官方指导价32.52万元

## 或将迎来触底反弹

在一系列促销活动的刺激下,豪华车经销情况有了较为明显的好转。

2022年以来,一向坚挺的豪华车市场,在新冠肺炎疫情、供应链短缺、物流不畅通等不利因素的冲击之下,供需平衡状态被打破,一度呈现出疲软态势,这让豪华车经销商着实“捏了一把汗”。

过去3年,虽然中国车市进入下行区间,但豪华车市场却始终保持“一枝独秀”。根据乘联会数据,2018—2020年,在我国车市“三连跌”的背景下,中国市场豪华车累计销量分别同比增长12.5%、11.9%、14.7%。2021年,中国车市发展面临多重挑战,但豪华车市场仍然取得了同比增长4.9%的成绩,领涨行业。

然而,进入2022年,豪华车市场却遭到了不小的冲击。根据中国汽车流通协会数据,2022年一季度豪华车销售86.1万辆,同比下滑10.2%。乘联会发布的数据显示,今年4月豪华车零售销量达12万辆,同比下降54%,环比下降50%。

进入5月,随着国内疫情得到有效控制,豪华车市场的表现相对“好看”了一些。根据乘联会披露的数据,2022年5月,国内豪华车零售量为18万辆,同比下降29%,环比增长52%。前期京沪等豪华车主销区域受防疫封控形势变化影响较大,近期改善明显。

“除了享受国家购置税减免的政策,以及地方政府推出的购车补贴外,为了完成销售任务,从5月

的奔驰C200 L轿车为例,目前店内能够给出4万元的现金优惠。优惠之后,该车型能够享受购置税减免政策。

记者注意到,不只奔驰经销商,近期宝马、奥迪经销商均在进行年中大促、季度末冲厂家任务、“6·18”返场等优惠活动,优惠活动包括但不限于提供现金优惠,以及推出“12期0利息0月供超值金融政策”等。

5月31日,国家财政部、税务总局公布了《关于减征部分乘用车车辆购置税的公告》(以下简称“《公告》”),对购置日期在2022年

到现在,不少豪华车4S店都推出了延长保修期、现金优惠等购车活动。进入6月,店内的人流逐渐增多,销售情况有了较为明显的好转。”四川省成都市某豪华车4S店销售人员告诉记者。

上述4S店销售人员的表述在统计数据中得到了印证。采集自终端用户的上牌交强险数据显示,2022年5月,国内豪华车整体市场新车零售均价为41.2万元,较上月下滑1.6万元,市场折扣水平保持在12%左右。

而为了提振车市,5月31日,国家财政部、税务总局发布了《公告》,购置日期在2022年6月1日至2022年12月31日期间内,且单车价格(不含增值税)不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车,可以享受减半征收车辆购置税的福利。

值得一提的是,《公告》中规定范围的“不超过30万元”车辆价格,是车辆购置税应税车辆的计税价格,是不含增值税的车价。增值税率为13%,按此计算,开票价在33.9万元及以下的车型均可享受购置税减半优惠。

这意味着,豪华品牌例如奔驰C级、宝马3系和奥迪A4L等入门中型车,以及部分二线豪华品牌的中大型车均享受购置税减半优惠。乘着购置税减半的“东风”,豪华车经销商积极踩上国家刺激汽车消费政策的节拍,进行让利促销。

6月1日至2022年12月31日期间且单车价格(不含增值税)不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车,减半征收车辆购置税。与此同时,多个省市相继发布鼓励汽车消费的补贴政策,不少4S店紧跟政策红利,自掏腰包加码补贴推出购车优惠活动,进一步提升消费者的购车热情,包括豪华车在内的国内车市正在不断升温。

根据银保监会近期公布的国内豪华汽车品牌上险数据,2022年5月,一线豪华品牌宝马、奔驰、奥迪的销量分别为5.89万辆、5.12万辆、4.38万辆,同比分别下滑



随着国内疫情得到有效控制,豪华车市场的表现相对“好看”了一些。

本报资料室/图

以搭载2.0T发动机的奥迪Q5L 2022款40T豪华动感车型为例,其厂商指导价为41.58万元(含增值税),一些奥迪4S店针对此款车型给出了8万元左右的优惠,优惠后价格为33.58万元(含增值税),再减去13%的增值税,其将下探到29.21万元,可享受购置税减半优惠。

在一系列促销活动的刺激下,豪华车经销情况有了较为明显的好转。6月30日,中国汽车流通协会发布了最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”VIA(Vehicle Inventory Alert Index)。数据显示,2022年6月进口&豪华品牌库存预警指数为44.8%,相较于2022年5月55%的库存预警指数,环比下降了10.2%。购置税减半政策惠及大部分合资及少部分豪华品

22%、30%、35%,环比分别增长58%、11%、64%。二线豪华品牌红旗、雷克萨斯、凯迪拉克的销量分别为1.72万辆、1.37万辆、1万辆,同比分别下降10%、27%、49%,环比分别增长50%、34%、25%。

“3月中旬以来,国内上海、长春等地疫情持续,部分车企生产、销量承压,包括宝马、奔驰、奥迪等在内的豪华品牌均受到了不同程度的冲击。不过,随着汽车消费刺激政策的出台,以及国内疫情得到有效控制,豪华车市场将逐渐回暖,回归到与去年相近的销量水平。”受访业内人士对记者表示。

牌汽车,销量整体向好,库存预警指数下降。

“6月处于半年任务考核节点,经销商进行任务冲量,补库动力较强。由于4~5月经销商经营、销量亏损较大,按计划完成半年度任务的经销商不足一成,完成率在70%以上的经销商仅四成。经销商面临单车利润减少、业绩下滑、资金周转较慢等问题。在政策支持下,销量开始回升,预计未来经营状况将逐步改善。”中国汽车流通协会方面表示。

童济仁汽车研究院6月29日公布的数据显示,其预计2022年6月高端车市场将迎来一轮反弹,反弹动力有二:一是北上等一线城市生活恢复正常后,部分存留订单会集中交付;二是特斯拉预计将在二季度末执行国内订单的大规模交付。

## 争夺豪华电动车市场话语权

德系三大豪华品牌均正在向电动化加速转型,以应对在新能源汽车赛道上的市场竞争。

在中国市场上,当前,德系三大豪华品牌宝马、奔驰、奥迪一方面在通过各种举措去稳固其在传统燃油车中高端市场的江湖地位。另一方面,德系三大豪华品牌均正在向电动化加速转型,以应对在新能源汽车赛道上的市场竞争。

长期以来,在中国市场上,与自主品牌、造车新势力等车企相比,宝马、奔驰、奥迪等传统豪华品牌的电动化步伐被批太过缓慢。传统豪华品牌在中国纯电动汽车市场的销量并不十分乐观。

根据中国汽车流通协会披露的数据,2022年5月,新能源车国内零售渗透率为26.6%,较2021年5月11.6%的渗透率提升15个百分点。同期,自主品牌中的新能源车渗透率为51.8%;豪华车中的新能源车渗透率为9.2%;而主流合资品牌中的新能源车渗透率仅有4.0%。

中国是全球豪车最大单一市场,也是全球最大的新能源汽车市场,这对于德系三大豪华品牌宝马、奔驰、奥迪而言,在中国豪华电动车市场上占得优势,有话语权显得至关重要。

记者注意到,6月以来,BBA(宝马、奔驰、奥迪)在华已吹响了全面参与电动车市场竞争的号角。

6月13日,奔驰在中国生产的第400万辆整车于北京顺义工厂下线。在中国新能源汽车市场,奔驰的电动化产品进入时间相对较晚,如何抢占市场对其而言是一场考验。据了解,这第400万辆车是还未上市的奔驰最新一代主力电动车——全新EQE,这款车基于奔驰新一代纯电平台EVA 2.0打造,这意味着顺义工厂已经具备了生产奔驰最新电动平台车型的能力,这将强化奔驰在中国新能源市场的竞争力。

“目前,我们已拥有一座动力电池工厂,两款动力电池和全新EQE、EQA、EQB、EQC四款纯电车型,这些为我们提高产品竞争力、实现‘全面电动’奠定了良好的基础。未来,我们会不断加大对电池工厂和纯电平台的建设,投产更多包括纯电动车和混动车在内的新

能源产品,全面满足中国客户对于豪华电动产品的需求。”北京奔驰总裁兼首席执行官方铭博近日在接受媒体记者采访时表示。

在奔驰宣布“好消息”的10日后,6月23日,宝马也向外高调宣布了其电动化布局的最新进展。宝马表示,其在华最大的投资项目——位于沈阳的华晨宝马里达工厂已于6月23日正式开业,该项目以150亿元总投资创下宝马在华历史上单项投资之最。

据悉,里达工厂的开业是宝马集团加快电动化转型的重要一步,宝马首款纯电动中型运动轿车全新BMW i3已在该厂投产。2022年,宝马将为中国市场提供BMW iX3、i3、i4、iX和i7等5款纯电动车型。2023年,宝马集团在中国的纯电动车产品将增至13款。全新的BMW iFACTORY里达工厂能够根据市场需求随时转向100%的电动车生产。

6月28日,奥迪在华首个专门生产纯电动车型的生产基地——奥迪一汽全新PPE工厂亦在长春举行了奠基仪式。奥迪一汽全新PPE工厂计划于2024年底投产,规划年产量将超过15万辆。值得一提的是,PPE是奥迪与保时捷共同开发的纯电动平台,在此平台上将诞生奥迪下一代最新高端电动车型。

“长春新工厂迎来开工建设,成为奥迪在中国的又一重要里程碑。”奥迪汽车股份公司管理董事会主席、负责中国市场的杜思曼在接受媒体记者采访时表示,通过奥迪一汽新能源汽车有限公司,奥迪将PPE平台引入中国,并将基于该平台打造中国市场专属的纯电动车型,推动奥迪在华纯电动车型阵容的发展。

“近两年,面对特斯拉等造车新势力在新能源汽车市场的攻城略地,德系三大豪华品牌宝马、奔驰、奥迪感受到了危机,为稳固其在中国豪华车市场的话语权,它们必须加快自身电动化转型的节奏。”受访业内人士表示,新能源工厂的开业,全新电动平台以及电动车型的推出,将能强化它们在中国电动车市场的表现。而客观上,中国豪华电动车市场的竞争也将进入更为激烈的周期。

# 重塑汽车供应链新生态 “标本兼治”协同发力

本报记者 郭少丹 北京报道

中国汽车产业供应链“已基本畅通稳定,整车生产全面恢复”。工信部最新数据显示,6月1~26日,全国15家重点汽车企业集团累计生产汽车168.4万辆,同比增长15.9%,较5月同期增长48.3%。

稳定产业链、供应链是汽车产业健康发展的基础。“当前我国汽车产业链短板、弱项依然存在,上下游的供需信息也不够通畅,部分企业供应链管理水平还有待提升。”6月27~29日,2022中国汽车供应链大会暨首届中国新能源智能网联汽车生态大会在湖北武汉举办,工业和信息化部装备工业一司汽车管理处处长吴锋在会上如是表示。

近年来,受新冠肺炎疫情、国际形势等多重因素影响,芯片短缺、原材料价格上涨等供应链问题频出,全球汽车产业链受到冲击,与此同时,中国汽车产业发展已进入新能源智能网联化全新发展阶段。在此背景下,如何构建安全可控的汽车供应链体系和新生态,共同促进产业链平稳和高质量发展,成为行业聚焦的新课题。

“中国汽车产业正在全新发展阶段,面临着如何破解供应链卡点、断点和堵点新难题。”《中国经营报》记者采访了解到,中国汽车供应链已经深度融入全球化体系,同时在当前的复杂形势下,中国汽车产业供应链正在重构。

## 加快构建供应链新格局成共识

重构汽车产业供应链新格局成为业内共识。

供应链在汽车产业发展中的战略地位极其重要。改革开放40多年来,中国汽车工业形成了庞大、较为完善的供应链体系。据国家统计局发布的数据,规上汽车零部件企业的营收每年大约3.6万亿元。

不过,“近些年来由于自然因素和人为干扰,供应链屡受冲击,庞大的制造体系也暴露出脆弱的一面,不断触及产业安全底线。在大变局的背景下,我国传统供

## 协同发力支持供应链

在当前产业背景下,加快构建供应链新格局,“需要全行业汇聚各方创新力量,发挥产业链强大的带动作用”。

赵福全认为,解决供应链问题要“标本兼治”,短期解决“保供”问题,长期要加快打造软硬融合、强韧性、高安全,同时又兼顾效率、成本等指标的供应链,“这应该是国家和企业当前最大的战略之一”。

企业层面,“建立敏捷的供应链,核心是整车企业对供应链的管控要建立在对应供应链科学预测的基础上,这方面,最重要的是把内部资源‘产供销研’打通,实施数字化转型,在此基础上还要和外部成为一体,充分使用内外部资源,形成命运共同体。”赵福全

链体系开始出现震荡和裂痕。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋说。

同时,随着中国汽车产业迈入新能源智能网联化全新发展阶段,汽车技术加速升级,重构供应链进一步加速。

付炳锋表示,汽车和集成电路两大产业正在同一个舞台上进行深度融合,共同支撑未来低碳智能时代汽车供应链发展的新需求。在此过程中,“以芯片应用为代表的汽车电子化程度越来越高,从几十个电控单元,逐渐升级

## 协同发力支持供应链

表示,企业绝不能只盯着眼前的“保供”,要摒弃“车到山前必有路”的错误想法。

国家主管部门采取多种措施保障供应链畅通稳定运行。吴锋表示,“到目前为止,工信部会同有关地方和部门累计推动解决了汽车物流运输和复工复产问题6000多批次。”

“下一步,工信部将在供需两侧协同发力,增强产业链、供应链韧性。”吴锋表示,“重点聚焦汽车芯片保供、大宗原材料稳价等工作,进一步畅通产供信息渠道,加强国内外交流,完善上下游的合作机制,全力以赴补齐产业链短板。”

吴锋还从“用好平台,持续提

到几百上千个”,在整个供应链生态中占据重要位置。

“新能源和智能网联汽车新赛道上,中国市场已经成为全球最大的牵引力。”付炳锋指出,在战略引领下,我国实行新能源汽车“三纵三横”技术路线创新,形成了全新的供应链体系。

在付炳锋看来,全新的供应链正在向软件和硬件集成发展,向产业新生态快速延伸,是汽车技术创新最活跃的阵地,新的增长极,使命重大。清华大学车辆与运载学院教授、汽车产业与技术战略研究

## 协同发力支持供应链

升供应链管理水平”的层面指出,“发挥好目前已经建立的汽车产业链、供应链畅通协调平台、数字工信监测平台的作用,强化供应链、产业链的动态监测,夯实行业管理的基础。行业企业也要加强供给风险的监测,制定应急预案,共同提高供应链的管理水平,特别是要提升应对突发情况的能力。”

工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚在此次大会上说,组织制定汽车产业链全景图、汽车芯片产品图谱,摸底掌握国内相应技术和应用发展动态,支撑推广应用、技术攻关、产能提升等工作开展。

为努力缓解汽车芯片供应紧张局面,推动产业链上下游协作,

院院长赵福全在谈及汽车产业重构时也表示,汽车产业重构核心在于生产要素将从硬件向软件转化,而软件以数据作为生产力,使得整个汽车产业发生巨变。

“因此,传统供应链强调效率、速度、供货、物流的管理模式需要创新突破,要彻底改变原来只追求效率和成本的供应链管控模式,未来安全必须成为核心的考虑要素,必须重新审视安全和效率、成本之间的关系,真正建立起安全的新链条。”赵福全说。

与此同时,“中国汽车供应链

已经深入全球化体系,在本土形成区域布局和专业化分工。未来,新产业链生态面临建设新体系和破解新制约两大课题。”付炳锋表示。

“在我国汽车产业进入电动化、智能化的全新发展阶段,政策和市场优势凸显,更大的市场规模正在形成,但是也时刻伴随着‘脱钩’问题,核心技术成为‘脱钩’的新壁垒。”在付炳锋看来,在这一关键时刻,我们更需要加强核心技术创新和对关键资源的掌控,努力破解供应链卡点、断点和堵点,把握好重大的发展机遇。

优秀汽车芯片方案的推广应用。同时加大政策支持力度,发挥地方政府和行业龙头企业的关键作用,推动提升汽车芯片供给能力,特别是在新能源、智能网联、自动驾驶等领域抢抓机遇,聚力突破,支撑汽车产业高质量发展。

“在各方共同努力下,与2021年相比,汽车芯片的供应紧张情况有了一些结构性变化。”杨旭东说。

工信部数据显示,5月我国汽车市场明显回暖,产销实现50%的环比增长,新能源汽车累计产销超过了200万辆,市场渗透率达到了21%。6月1~26日,全国15家重点汽车企业集团累计生产汽车168.4万辆,同比增长15.9%,较5月同期增长48.3%。