

价格战与流量战“交织” 汽车行业冷热不均加剧

本报记者 尹丽梅 董海华 北京报道

进入6月以来,各大车企陆续披露5月销量数据,行业协会亦发布销量TOP10榜单,在价格战以及车企流量战的“交织”下,车企之间的争夺颇具看点。

6月11日,中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会(以下简称“乘联分会”)发布《2024年5月份全国乘用车市场分析》报告,2024年5月,在狭义乘用车零售销量TOP10榜单中,有4家自主品牌、5

家合资车企、1家外商独资车企入围。值得关注的是,上述5家合资车企的销量均出现同比下滑。而且,过去常年夺得乘用车市场销量冠军的一汽大众被自主品牌比亚迪甩在身后。2024年5月,比亚迪的销量是一汽大众的2.16倍。

具体来看,比亚迪汽车以26.8万辆的销量位列榜单第一位,所占的市场份额为15.7%;紧随其后的是上汽大众,其销量为12.4万辆,市场份额为7.3%;位列榜单第三位的是民营传统车企吉利汽车,销量

为12.38万辆,与一汽大众的销量几乎持平;位列榜单第4位至第10位的分别为长安汽车、奇瑞汽车、上汽大众、广汽丰田、东风日产、华晨宝马与特斯拉中国,销量分别为9.6万辆、8.9万辆、8.4万辆、7.0万辆、6.2万辆、5.53万辆、5.52万辆。

“自主品牌在新能源市场和出口市场获得明显增量,头部传统车企转型升级表现优异,比亚迪汽车、吉利汽车、长安汽车、奇瑞汽车、长城汽车等传统车企品牌份额提升明显。”乘联分会秘书长崔东树在采访

中告诉《中国经营报》记者,合资车企销量普遍出现同比下滑的原因仍然在于其电动化转型慢,尚未在中国市场建立起新能源产业链优势。

一位合资车企内部人士对记者表示,从目前来看,合资车企新能源汽车更多的还是以油改电的产品模式来追逐市场需求。目前,市场上合资车企新能源汽车产品供给仍然比较少。去年,自主品牌在中国市场上投放了大约94款新能源汽车,而合资品牌只推出了9款新能源产品,存在较大的差距。

从榜单“透视”行业竞争生态

2024年5月,4家自主品牌进入狭义乘用车零售销量榜单TOP5,合资品牌中仅有一汽大众入围。

在中国市场,自主品牌正在不断挤压合资品牌生存空间。

根据乘联分会最新披露的统计数据,2024年5月,主流合资品牌零售49万辆,同比下降21%。其中,德系品牌零售市场份额为18.6%,同比下降2个百分点;日系品牌零售份额为14.8%,同比下降3.2个百分点;美系品牌市场零售份额达到6.7%,同比下降1.4个百分点;自主品牌国内零售份额为57.6%,同比增长7.3个百分点。

相较于合资品牌的全面下滑,自主品牌的销量成绩整体而言更为出彩。

2024年5月,在乘联分会披露的狭义乘用车零售销量TOP10榜单中共有4家自主品牌入围。在这4家自主品牌中除了长安汽车外,比亚迪汽车、吉利汽车、奇瑞汽车均出现较大幅度的同比增长,同比增长幅度分别为21.5%、31.6%、59.3%。而且,在上述榜单中,4家自主品牌均进入TOP5,合资品牌中仅有一汽大众进入榜单前五位。

从2024年1—5月汽车厂商零售销量排行榜来看,比亚迪仍然以110.84万辆的销量位列榜单第一位,同比增长20%,是榜单第

二位——一汽大众销量的1.74倍。

榜单第2位~第4位与5月单月的排名保持一致,依次为一汽大众、吉利汽车、长安汽车,销量分别为63.83万辆、62.82万辆、56.3万辆。榜单第5位至第10位的则分别为上汽大众、奇瑞汽车、广汽丰田、东风日产、华晨宝马、上汽通用五菱,销量分别为42.18万辆、40.77万辆、29.24万辆、27.13万辆、26.39万辆、26.19万辆。

其中,一汽大众、上汽大众、广汽丰田、华晨宝马销量分别同比下滑3.3%、1.4%、14.8%、4%,东风日产的销量与去年同期持平,上汽通用五菱的销量则出现了同比0.2%的微增。

无论是从2024年5月单月的榜单数据来看,还是从2024年1—5月的榜单数据来看,一汽丰田、广汽本田以及东风本田均无缘榜单前十。市场表现的悬殊与自主品牌以及合资品牌产品结构的不同存在一定关系。

乘联分会披露的数据显示,5月,国内零售自主品牌中的新能源车渗透率为71.2%;豪华车中的新能源车渗透率为28.4%;而主流合资品牌中的新能源车渗透率为



合资车企销量普遍出现同比下滑的原因仍然在于其电动化转型缓慢。 本报资料室/图

7.5%。从月度国内零售份额看,5月主流自主品牌新能源车零售份额为71%,同比下降2.1个百分点;合资品牌新能源车零售份额为4.5%,同比下降0.1个百分点。

也就是说,主流自主品牌在国内市场销售的车型中每卖出100辆车就有超过70辆是新能源车。相对而言,合资品牌目前还是以燃油车销售为主,面临拿不出适销对路的产品尴尬。

崔东树表示,新能源成本下探,从“油电同价”到“电比油低”给燃油车厂商带来巨大压力,燃油车产品更新换代相对较慢,产品智能化程度不太高,更多依赖于优惠的价格来持续吸引客户;而随着碳酸锂价格下跌,电池成本降低,新能源车造车成本有所下降;与此同时,

随着新能源市场高速发展,形成规模效应,消费认知接受度进一步提升,新能源产品拥有更多的发展空间。

“三年疫情和汽车行业的严重‘内卷’,为中国品牌发展带来机遇。中国品牌30%左右的国内市场份额持续10年之久,2021年被打破并在此后连年大幅增长,今年5月的周度数据一度超过60%。中国品牌在品牌积累不具备优势的前提下迅速崛起,就是因为中国品牌更注重满足消费者对产品质量的要求以及情绪价值。”奇瑞汽车股份有限公司副总经理李学用近日在2024中国汽车重庆论坛上表示,随着中国品牌的不断发展,预计在未来3年左右时间,自主品牌市场份额有机会突破70%。

乾坤未定

“新能源车和燃油车、中国品牌与合资品牌之间的竞争,离终局甚远,各自都还有很大的发展空间。”

在新能源汽车、燃油车市场此消彼长的市场环境下,业内出现了“呼吁‘油电同权’”的呼声。

广汽集团董事长曾庆洪近日公开表示,未来汽车能源结构应是多种类型共存,不可能“一刀切”。“没有钱赚、没有效益,企业就不能生存”,当新能源汽车、纯电动车的市场占有率达到50%的时候,建议政府部门研究推动“油电同权”措施。

“中国的电价比较低,而中国的油价中一升油半升税,燃油车用户的税负与电动汽车用户相比差异较大。尤其是依托‘绿牌’所获得的购车购置税,优先上牌资格、免限行资格等改变了消费选择。中国新能源车渗透率超高速发展,目前已经达到50%左右渗透率,社会需要考虑建立‘油电同权’的合理竞争环境。”崔东树表示,燃油车和新能源车的消费需求不同,二者无法简单全面替代,燃油车消费持续低迷是抑制车市全面回暖的重要因素。国家推出的“以旧换新”政策合理保证了燃油车消费群体的换购需求,对车市平稳发展意义较大。

若“油电同权”的建议被采纳,合资车企将从中受益。

从目前阶段来看,对于自主品牌与合资车企之间的争夺谁胜谁负尚难判定。

中国国际贸易促进委员会汽车行业委员会会长王侠表示,汽车行业竞争的下半场不是收官战,或许比上半场还要漫长,甚至还有加时赛,这是一场持久战。“车企在上半场可以凭先发优势、资本优势或速度取胜,但下半场必须用体系能力、持久能力、应变能力和差异化的核心能力取胜。虽然新能源汽车渗透率阶段性首次超过50%、中国品牌乘用车市场占有率首次超过60%,但新能源车和燃油车、中国品牌与合资品牌之间的竞争,离终局甚远,各自都还有很大的发展空间。”

为应对当前市场激烈的竞争,一方面,合资车企加快、加大了促销节奏和力度,在产品推出时除了宣传更高质量的卖点外,同时,随着新能源市场高速发展,形成规模效应,消费认知接受度进一步提升,新能源产品拥有更多的发展空间。

汽车央企再迎人事变动 一汽解放董事长吴碧磊升任中国一汽党委常委、副总经理

本报记者 尹丽梅 董海华 北京报道

继今年3月中旬刘亦功出任中国第一汽车集团有限公司(以下简称“中国一汽”)董事、总经理以及党委副书记后,中国一汽再次迎来重要人事变动。

6月13日,《中国经营报》记者从中国一汽方面获悉,近日中国一汽召开会议,宣布领导班子成员任职决定;根据中央组织部关于集团公司领导班子成员任职通知,吴碧磊任中国一汽党委常委、副总经理。相关职务任免,按有关法律程序办理。

吴碧磊在中国一汽有着丰富的履职经历,此前多年他一直在中国一汽旗下商用车品牌一汽解放任职。

公开资料显示,吴碧磊此前历任中国一汽技术中心副总工程师,一汽解放汽车有限公司产品管理部副部长,中国一汽解放事业部商用车开发院副院长,一汽解放汽车有限公司商用车开发院院长、党委书记,一汽解放集团股份有限公司(以下简称“一汽解放”,000800.SZ)副总经理,一汽解放总经理、党委副书记,一汽解放董事长、党委书记等职。

记者从知情人士处了解到,在升任中国一汽党委常委、副总经理之前,吴碧磊的职位为一汽解放董事长、党委书记。吴碧磊在一汽解放董事长、党委书记职位上的任职时间仅有近7个月。去年10月31日,吴碧磊才接替胡汉杰出任一汽解放董事长、党委书记。

领导班子迎来“70后”技术派

官方信息显示,吴碧磊出生于1970年1月,吉林长春人,1997年5月加入中国共产党,1992年7月参加工作,进入解放品牌任职。吴碧磊从吉林大学车辆工程专业毕业,拥有研究生学历以及工学博士学位,是一名正高级工程师。

执着、较真、务实,是中国一汽内部熟悉吴碧磊的人对他最深刻的印象。2020年,在任一汽解放汽车有限公司商用车开发院党委书记、院长职位时,吴碧磊曾被评为全国劳动模范。

吴碧磊深谙汽车技术和产品。2000年,在他30岁时,他就肩扛重担,在一汽解放开启第六代自

主产品换代的关键时期,任J6项目经理及技术总监一职。在一汽解放品牌任职期间,吴碧磊曾参与研发一汽解放J3到J7五代产品,助力解放品牌成功切入重卡市场。

在一汽解放任职期间,吴碧磊可谓是一位实至名归的“技术型”高管。2020年4月,一汽解放重组上市后,履历丰富的吴碧磊出任副总经理。2021年9月,吴碧磊被正式任命为一汽解放总经理,协助时任董事长胡汉杰管理一汽解放,成为一汽解放名副其实的“二把手”。2023年10月31日,吴碧磊任一汽解放董事长、党委书记。6月13日,吴碧磊升任中国一汽党委常委、副总经理。这4年来,

新能源棋局落子何处?

对于中国一汽以及领导班子而言,眼下最迫切的任务是要打好电动化转型攻坚战。

2023年8月31日,邱现东出任中国一汽董事长、党委书记职务。在他任职仅半个月后,即2023年9月中旬,中国一汽即召开了2023年战略研讨会。在这次战略研讨会上,邱现东深入分析了中国一汽所处的发展环境,存在的业务短板。他指出,中国一汽要锚定世界一流汽车企业发展目标,突出高质量发展首要任务;要建立“SUCCEED 531”即“成事531”战略规划体系,强化战略指引,秉持“用户第一”理念,持续提升核心竞争力,加快电动化转型。

当前,中国一汽正在坚定推进“All in”新能源,全面、全方位、全体系,全过程向新能源汽车转型。按照规划,到2025年,中国一汽新能源

汽车产销量将超过145万辆,其中自主品牌占比将超过50%。中国一汽并未公布2023年新能源汽车销量,不过,近两年行业“内卷”加剧,中国一汽要达到上述目标并不轻松。

眼下,汽车央企正处于可以大展身手的阶段。在今年全国两会期间,国务院国资委主任张玉卓表示,国企在新能源汽车方面发展不够快,不如特斯拉和比亚迪,将调整政策对中国一汽、东风集团和长安汽车(000625.SZ)三家中央汽车企业单独考核。

在张玉卓看来,不应考核汽车央企的当期利润,应出台政策破除相关障碍,转向考核央企的技术、市占率以及未来发展。并且提醒,需要正视央企在新能源汽车发展中存在的差距与不足,应加大资源投入、加快转型步伐。与此同时,

吴碧磊的晋升速度不可谓不快。

面对复杂激烈的市场竞争环境,在吴碧磊的带领下,一汽解放近年来持续大力推行组织变革。其中包括一汽解放与华为合作推动IPD等一系列变革,这一改革是为了提高公司的管理水平。

今年2月,吴碧磊表示,经过产品IPD变革,一汽解放重构了集成化产品开发体系。接下来,一汽解放要通过技术体系流程优化来焕新一汽解放技术体系,真正构建产品、技术双一流体系。

按照吴碧磊的设想,2024年是一汽解放产品技术体系流程的试点之年,也是保证产品技术体系流

程全面推行落地的关键之年。吴碧磊要求一汽解放公司各相关领域深度参与、高效协同,确保产品技术体系流程落地。这将有有助于一汽解放打造产品差异化竞争力,实现一汽解放设定的“中国第一、世界一流”的战略目标。

即便撇开他对技术以及改革的贡献,吴碧磊主导下的一汽解放近年来在经营上也取得了不错的成绩。2023年,一汽解放营业收入达到639.05亿元,同比增长66.71%,归母净利润7.63亿元,同比增长107.66%;整车销量24.17万辆,同比增长42.11%;海外市场销售4.5万辆,同比增长60.7%;新能源市场销售0.72万

5月21日,中国一汽与蔚来汽车签署了一份战略合作框架协议。根据战略合作框架协议,中国一汽与蔚来汽车将围绕电池技术标准、可充可换电池车型研发、电池资产管理及运营、充换电补能生态服务网络建设及运营、电池产业采购与配套等开展全方位、多层次的深度合作。中国一汽此举是为了解决消费者最为顾虑的电动汽车补能问题。

除了与蔚来汽车达成合作,5月17日,中国一汽盐城分公司正式投产。中国一汽盐城分公司新能源工厂正式在公众面前亮相。这对中国一汽而言意义重大。王国强在投产暨首车量产仪式上表示,作为中国一汽新能源产业链战略布局的重要一环,中国一汽盐城基地投产极大地补充了中国一汽自主新能源汽车产能,标志着中国一汽新能

相比以前更为强调高性价比。

6月13日,一汽丰田新款卡罗拉锐放上市,混动版本仅13.98万元起,百公里油耗仅为4.56升。6月6日,一汽大众揽境、揽巡享款车型降价增配上市,指导价全系最高降至4.3万元,并加享限时1万元现金回馈。北京现代在近期也推出了“油电同权 超级加倍”的优惠活动,国三车型换燃油车可享新能源车同等1万元补贴政策。

另一方面,合资车企以及日系、德系车企等也在强调要适应中国市场的快速变化,构建多元化产品结构。

6月7日,日产汽车公布了2024年5月中国区业绩。日产汽车中国区含乘用车和轻型商用车两大事业板块在内的5月销量为6.4万辆,同比下降2.8%。2024年1—5月,日产汽车中国区含乘用车和轻型商用车两大事业板块在内的累计销量为28.64万辆,同比下降1%。

日产中国管理委员会主席,东风汽车有限公司总裁山崎庄平(Shohei Yamazaki)表示,2024年1—5月,中国市场的状况依然复杂,其中,中国新能源汽车的市场渗透率已突破50%。为了更好地适应市场和消费者需求的快速变化,日产汽车已在中国市场加速智能化、电驱化转型,未来将以更加平衡的产品阵容,提供持续价值,满足多样化的用户需求。

随着插电和增程式混动车型的快速增长,丰田汽车副社长、首席技术官中岛裕树今年4月底在北京车展上表示,丰田计划在较短时间内在中国市场跟进推出插电车型。

此前,大众汽车集团负责中国地区业务的管理董事、大众汽车集团(中国)董事长兼首席执行官贝瑞德在接受采访时也表示,未来在中国市场,大众汽车集团新技术走向市场的速度将提高约30%。据悉,大众汽车集团在中国市场将用30至36个月完成产品的开发,这将使大众汽车集团跟上中国车企的速度,能够应对市场的竞争压力。



中国一汽党委常委、副总经理吴碧磊深谙汽车技术和产品,有着“正高级工程师”的标签。 本报资料室/图

辆,同比增长164.5%;研发投入31.05亿元,同比增长7.23%;股价涨幅近10%,跑赢深证成指23个百分点。

目前,中国一汽领导班子成员共有7位,除了吴碧磊外,还有作为董事长、党委书记的邱现东,以及董事、总经理、党委副书记刘亦功,董事、党委书记王国强,党委常委、副总经理雷平,党委常委、总会计师方世力,党委常委、副总经理梁贵友。

源战略布局迈过关键性一步。

要在行业内拥有话语权,就必须要有“能打”的产品和技术。现阶段,中国一汽正在加快“高、精、尖、特”前沿技术研发。以“All in”新能源战略为指引,在新能源、智能网联、整车集成等领域实现关键核心技术突破。

在新能源领域,截至目前,中国一汽已累计突破353项关键技术。红旗最新发布红旗EH7车型搭载了红旗最新研发的超高速高效电驱系统,转速高达22500转/分钟、系统最高效率达96%,在已量产车型中位列行业第一。

客观地说,目前汽车央企与特斯拉、比亚迪等车企相比,仍存在明显的差距。作为汽车央企,中国一汽向新能源转型升级需要按下“加速键”。