

# 经销商卖力促销难解库存压力

贯穿2019年的车市高位优惠促销，并未减轻经销商的库存压力。中国汽车流通协会近日发布数据显示，2019年12月汽车经销商库存预警指数为59%，已连续两年超出警戒线。业内人士表示，经销商库存压力高企背后是销量的持续低迷，反映出汽车市场仍未复苏。进入2020年，虽然1月车市将迎来利好因素，但经销商的经营前景仍旧充满挑战。



推出促销活动，只要在1月1日-24日期间购买东风日产新车，可以享受三年零息金融政策和1.3万元置换补贴。

郎学红认为，虽然有利好因素，但1月车市整体仍难言乐观。春节期间工作日减少，大部分消费者会回家探亲或旅游度假，进店看车以及购买意愿降低，新车成交量会进一步降低。而且，临近春节物流时间较长，部分消费者会选择持币等待年后购买。预期1月销量相比12月会有大幅度下降。”她说。

## 新能源再承压

事实上，除春节因素，政策因素也为2020年初的车市带来更多不确定性。2019年12月31日，国家税务总局发布增值税征管公告显示：“纳税人取得的财政补贴收入，与其销售货物、劳务、服务、无形资产、不动产的收入或者数量直接挂钩的，应按规定计算缴纳增值税”。

由于新能源汽车企业拿到的国家补贴与车辆销售数量直接挂钩，按照规定，今后也需要计算缴纳增值税。而在此前六年中，车企获得的新能源汽车补贴款均无需缴纳增值税。

业内人士表示，随着国家税务总局新规落地，相关车企的成本负担将进一步增加，新能源汽车可能在销售端出现涨价潮，进而影响新能源汽车市场复苏。

不过，目前对于增值税征管公告的解读不一，有声音认为，新能源汽车销量低迷，同时2020年财政补贴取消在即，相关部门不太可能选择此时给企业加压。也有声音认为，税收的政策法规很严格且不能随意变通。

中国汽车工业协会发布数据显示，2019年11月新能源汽车产销分别完成11万辆和9.5万辆，同比分别下降36.9%和43.7%。2019年7月补贴正式退坡以来，新能源汽车销量已经连续5个月同比下降。

北京商报记者 刘洋 濮振宇/文并摄

## 库存持续高位

中国汽车流通协会近日发布最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示，2019年12月汽车经销商库存预警指数为59%，环比下降3.5%，同比下降7.1%。由此，汽车经销商库存预警指数已经连续两年超出警戒线。

从分指数情况看，12月库存指数、市场需求指数分别环比下降20.5%、1%，平均日销量指数、从业人员指数、经营状况指数分别环比上升7.2%、10.7%、3.6%。从区域指数情况看，12月北区指数为58.1%，东区指数为57.3%，南区指数为60.8%，西区指数为55.4%。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示，作为年底冲量季，12月经销商加大清库力度；“双12”等促销活动及部分地区举办车展刺激消费者购车，部分消费潜力获得释放，但是市场整体还是没有太大改善，消费者进店看车和购买意愿相比往年较弱，

销量受到影响。

乘用车市场信息联席会（以下简称“乘联会”）公布数据显示，2019年12月第一周（1日-8日）乘用车日均销量为3.03万辆，同比下降20%；第二周（9日-15日）乘用车日均销量为4.94万辆，同比下降8%；第三周（16日-22日）乘用车日均销量为5.59万辆，同比下降12%。

乘联会秘书长崔东树表示：“由于最后一周的数据还没出来，我们保守预计12月全月乘用车零售销量同比下降4%左右。不过，由于12月末因素复杂，因此最后一周走势也不能简单推断”。

## 以利润换销量

值得注意的是，从“中国汽车经销商库存预警指数调查”中的分品牌类型指数看，2019年12月进口及豪华品牌指数为56.5%，环比上升1.6%；主流合资品牌指数为58.4%，环比下降6.7%；自主品牌指数为61.7%，环比下降3.4%。

事实上，主流合资品牌和自主品牌库存压力降低的背后，是经销商以价换量的努力。北京商报记者走访发现，尽管已经进入2020年1月，但不少经销商的新车促销力度相对于2019年底冲量季时并未降低。

一位上汽斯柯达4S店销售人员表示，去年底店内针对各款现车推出1.4万-4万元的现金优惠和2000-7000元的置换补贴。同时，购车客户还可以享受新车投保返1000元、分期购车返2000元等活动。目前，这些优惠政策依然存在，客户可以继续享受。

“现在车不好卖，新能源车更不好卖，没有一些优惠肯定吸引不了客户。”一位长安新能源销售人员称，刚上市不久的长安新能源SUV E-Pro，目前已能提供1万元置换补贴和7000元增购补贴。此外，只要介绍他人购车成功，介绍人可以直接获得由店内提供千元奖励。

此外，一位广汽传祺4S店负责人表示，年底厂家布置的任务量不算多，而且店内

在去年底也推出不少优惠，这才让店内目前的库存相较几个月前有所减少。但是，4S店牺牲让出大部分利润，12月销售的每辆车几乎都赚不到钱。”他说。

## 春节增量不易

中国汽车流通协会预测，2020年1月春节假期前，经销商促销降价意愿较高，消费者年末集中消费购车意愿稍有提升；多款新车上市，可能促进消费者换车消费。

对于1月车市，广汽汽车相关负责人表示：“按照以往情况看，12月及春节前，通常都是汽车销售旺季”。

据统计，2020年1月，捷达VS7、吉利ICON、长安E-Rock、众泰TS5、凯迪拉克CT6、宝骏310等10余款新车将陆续上市，涵盖自主品牌、主流合资品牌、豪华品牌，覆盖轿车、SUV等各细分市场。

北京商报记者调查发现，基于对1月车市的消费信心，部分品牌已启动春节攻势。一位东风日产4S店销售人员表示，厂家已

· 车界 ·

## 成立H事业部 东风的高端突围

北京商报讯（记者 刘洋 刘晓梦）近日，北京商报记者从东风汽车集团有限公司（以下简称“东风汽车”）获悉，东风品牌计划在2020北京车展上发布全新高端品牌，内部代号为“H”，该品牌主要打造高端新能源乘用车产品。

东风计划推出H品牌，与当前自主品牌面临的压力不无关系。国内车市销量整体下滑，让不少自主品牌面临生存压力。数据显示，2019年我国自主品牌汽车产品整体市占率已经从去年的48%下降到38%左右，自主品牌淘汰赛已经开始。同时，面对新的市场环境，合资品牌也在纷纷推出低端车型抢占自主品牌原有市场，自主与合资产品之间的竞争越发白热化。

目前，东风汽车旗下共有4个自主品牌，包括风神、风光、风行、启辰，大部分产

品售价不超过15万元。业内人士表示，随着中国汽车消费升级，中高端车型将成为市场主力军，想要在激烈的市场环境下生存下去，东风冲击高端市场势在必行。

数据显示，2019年前11个月东风汽车自主乘用车累计销量同比下滑17.8%，但从2019年下半年开始，东风自主乘用车销量开始由负转正，增长明显。其中，东风乘用车连续4个月实现两位数正增长，东风风行连续6个月实现正增长，T5产品组合定价重新调整后，月销稳定在5000辆左右。

虽然销量有所回升，但相比目前自主品牌头部企业，东风自主乘用车业务整体实力仍存差距。“如果将东风自主的4个品牌产品全部模块化统一，我们可能在与合资品牌短兵相接的阶段就输掉了，所以还要考虑发挥市场竞争优势。”东风汽车党

委常委、副总经理尤峥表示，东风汽车对未来产品的规划思路是“传统车往下走，新能源车往上走”。

据悉，未来H品牌发布后，东风汽车将打造新的多能源平台，实现新能源车和燃油车同平台生产，以此解决纯电动车生产成本较高的问题。

实际上，早在2019年5月便有消息称，东风汽车欲筹备高端新能源车项目，内部代号为“H计划”。据了解，H事业部将隶属于东风公司香港上市公司。该公司旗下已有两家新能源公司，分别为东风电动汽车有限公司和易捷特新能源汽车有限公司。目前H事业部正面向社会进行大规模招聘。未来该品牌还将自建销售渠道，不隶属于东风汽车旗下已有的自主品牌乘用车公司。

## 北汽集团2019年营收破5000亿元

北京商报讯（记者 刘洋 濮振宇）北汽集团近日发布消息称，2019年集团营收突破5000亿元大关。2018年，北汽集团的营收为4807.4亿元。

目前，北汽集团尚未披露2019年业绩细节。不过，作为北汽集团旗下3家上市公司，北汽汽车、北汽福田和北汽蓝谷2019年营收一直呈增长态势。

乘用车方面，2019年前三季度，北汽汽车营收1380.3亿元，同比增长14.8%。其中，北京奔驰累计销量为42.54万辆，同比

增长17.4%；北京现代累计销量为51.21万辆；北汽汽车销量为5.25万辆。

商用车方面，2019年前三季度，北汽福田营收354.31亿元，同比增长13.93%；归属于上市公司股东的净利润为2.57亿元，实现扭亏为盈；汽车产量为39.01万辆，同比增长2.04%；汽车销量为38.92万辆，同比增长2.62%。

新能源方面，2019年前三季度，北汽蓝谷营收174.83亿元，同比增长78.64%；总资产为580.51亿元，同比增长34.07%；

归属于上市公司股东的净资产170.24亿元，同比增长4.7%；新能源汽车产量为2.22万辆，新能源汽车销量为9.83万辆，同比增长20.45%。

品牌建设方面，2019年9月北汽集团正式发布北汽自主乘用车BEIJING品牌，并公布“从BEIJING到世界 向未来”口号。BEIJING品牌是北汽集团整合旗下北汽新能源和北汽汽车的产品与技术资源全力打造的核心品牌，代表着北汽集团“高、新、特”战略中的“新”字主力军。

## Market focus

### 车企年销陆续出炉 行业期待新年礼包

刘蔚漪

新年伊始，已经有车企公布2019年销量。最先映入眼帘的，通常都是好消息。

过去一年，一汽-大众累计销量达212.99万辆，成为国内有史以来首家突破210万辆销量大关的车企，它也是2019年乘用车企业的销量冠军。

雷克萨斯官方发布数据显示，2019年12月雷克萨斯在华销量为2.02万辆，同比增长76.5%；2019年累计销量达20.05万辆，同比增长25%，这是雷克萨斯在半年度销量首次突破20万辆。

一汽丰田销量达到73.8万辆，同比增长2%。其中，RAV4车型全年销量达12.59万辆，月均销量过万，其中12月销量为1.52万辆。

2019年，凯迪拉克销量达21.25万辆。表现突出的是其旗下的SUV车型，其中凯迪拉克XT5车型全年销量5.73万辆，凯迪拉克XT4车型销量为4.7万辆，同比增长209.9%。

2019年，上汽MAXUS总销量约为12万辆，同比增长42.9%。其中，国内销量约为9.8万辆，同比增长45.3%。

随着各车企销量陆续出炉，我们会对2019年的车市做一个客观评估。虽然率先发布销量的车企数据看起来都是同比增长，但是2019年12月中国汽车经销商库存预警指数为59%，环比

下降3.5%，同比下降7.1%，库存预警指数仍位于警戒线之上。

中国汽车流通协会分析称，作为年底冲量季，12月经销商加大清库力度、部分地区举办车展，也进一步刺激消费者购车，部分消费潜力得以释放。不过，由于市场整体未有明显改善，消费者进店看车以及购买意愿相比往年较弱，销量也受到一定影响。

展望2020年，汽车市场将继续经受消费疲软带来的销量下滑考验，不过有升有降是一个产业发展的正常现象。2019年底，广汽和上汽开始合作，为车企抱团取暖作出示范。相信在2020年，这样的联合会不止一次出现。

“推动产业转型升级，支持新能源汽车发展，研究建立与技术创新相适应的政府采购交易制度、成本管理和风险分担机制。”2019年12月27日，全国财政工作会议上的消息表明，时隔五年，财政部又把新能源汽车列入年度工作会议。这将是值得期待的新年礼包。

由于汽车行业是受惠于减税降费政策的重要领域，特别是新能源汽车免购置税的政策为新能源汽车的市场推广增添助力，2019年减税降费初见成效。我们寄望，2020年汽车行业企业有望在减税降费政策帮扶下再收获一个新年礼包。