

· 资讯 ·

4月经销商库存预警指数回落至56.8%

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)中国汽车流通协会(以下简称“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》(VIA)显示,2020年4月汽车经销商库存预警指数为56.8%,环比下降4.2%,同比下降6.9%,库存预警指数位于荣枯线之上。

流通协会方面表示,4月是传统消费淡季,在经销商降价促销、政策刺激等多重因素影响之下,汽车市场进一步回暖,但客流量依然没有达到去年同期水平。不过,整体汽车市场逐步回暖、促销力度不断加大,利好政策不断出台,有望在5月达到去年同期水平。

根据流通协会调查反馈,北方地区进入农忙,农村消费者到店量减少;南方地区消费者受传统习俗影响不在4月购车,对4月销量产生一定影响。数据显示,4月全国总指数为56.8%,北区指数为57.1%,东区指数为53.7%,西区指数为66%,南区指数为60.1%。

流通协会相关负责人表示,4月厂家全面恢复考核和奖励,部分厂家任务加重,经销商库存压力增加,目前经销商仍以消化库存、回笼资金为主,部分车型让利回收盈利状况有所改善。

3月乘用车“新四化”指数稳增至53.7

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)联合上海安路勤企业管理咨询有限公司近日发布乘用车“新四化”指数显示,2020年3月乘用车“新四化”指数为53.7。其中,电动化指数为5.2;智能化指数为42.2;网联化指数为25.3。

乘联会方面表示,疫情影响仍在继续,但相比2月,3月乘用车市场整体略有恢复,连带“新四化”指数也逐渐恢复相对正常状态。

值得一提的是,电动化指数相比去年下半年,呈现出较好态势。乘联会方面表示,这说明新能源车受疫情影响相对较小,即使绝对销量仍大幅下滑,但至少市场份额仍保持较高水平。同时,其他主指数与分项指数也已恢复到去年底左右水平,整体市场需求开始回归正轨。

据了解,乘用车“新四化”指数由1个一级指数和3个二级指数组成。一级指数为乘用车“新四化”指数,反映国产乘用车市场当月符合“新四化”标准车型的市场表现。二级指数电动化指数、智能化指数及网联化指数分别反映国产乘用车市场当月符合电动化、智能化、网联化标准的车型的市场表现。因“新四化”中的共享化目前缺少可靠的数据支撑,暂不计入计算。新生化是定期监控国产乘用车市场的新四化发展进程,并通过历史数据对比,判断未来发展趋势。

一季度FCA销量下降超两成

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)5月6日,FCA(菲亚特克莱斯勒汽车)发布财报显示,今年一季度FCA全球合并出货量为81.8万辆,同比下降21%,来自持续经营业务的净亏损为17亿欧元。分品牌看,一季度玛莎拉蒂净收入为2.54亿欧元,出货量为3100辆,同比下降44%,主要由市场受限(尤其是中国及欧洲)以及自3月12日起的暂时停产所致。

分区域看,今年一季度FCA亚太大区净收入为4.66亿欧元,同比下降21%,主要由于在华合资企业出货量及零部件销量下降所致;欧洲中东非洲大区净收入37.32亿欧元,同比下降26%;北美大区净收入为145.41亿欧元,同比下降9%;拉美大区净收入为13.22亿欧元,同比下降32%。

FCA在财报中表示:“目前,我们在中国的合资工厂和经销商网络已经成功恢复运营。此外,位于意大利阿泰萨的轻客车型工厂也于4月27日重启生产,现已恢复约七成正常产能。位于其他地区的工厂将根据消费者的需求情况逐步恢复生产。”

不谈“增程”理想汽车露怯



“五一”期间,理想汽车掌门人李想发了一条微博:“理想ONE‘五一’期间车主们最热门的自驾线路是:西藏。”李想的“有图有真相”,言外之意,使用增程技术的理想ONE,不存在困扰纯电动车的里程焦虑。然而,对于消费者来说,相比“纯电动”“插电式混动”等新能源车描述,认知模糊的“增程式”并不是加分项。对此,李想近日表示,今后理想ONE的产品定位将从现在的“增程式”转变为“插电式混合动力”。在销量方面,李想颇为低调,不再提及去年提出的百万辆目标,而且也没有提出新目标。

改变宣传口号

对于为何要改变产品定位,李想表示:目前做增程式电动车的企业只有理想一家。一方面,增程式电动车被工信部归类为插电式混合动力,另外从市场反馈角度,增程式产品也被多数消费者认为是“混动”,所以我们决定不再提增程式电动的概念。”

资料显示,增程式电动车又被称为串联式混合动力车,车辆仅依靠发电机的动力即可行驶,车内发动机输出的动力仅用于推动发电机进行发电,相当于在普通电动车上装了一台用于充电的汽油发动机。

在经济学家宋清辉看来,任何一家企业通常都不会把自己苦心打造的产品“人设”推翻,此次变更产品定位背后,可能是理想汽车在营销层面的无奈和对现实压力的妥协。

“‘增程式’是一个小众概念,在产品宣传上并不能简单、直接地向消费者传达技术内涵,如果要专门向消费者介绍这一概念,又会增加营销费用,而且效果不好。”汽车行业分析师张翔表示。

事实上,理想ONE的“妥协”不仅局限于产品定位。此前,理想ONE的三种能源模式分别为“增程式”“混动模式”和“电量保持”,不少车主光看字面意思很难理解这三种模式各自的差异。因此,此次理想汽车将三种能源模式重命名为“纯电优先”“燃油优先”和“油电混合”。

李想介绍,这一“妥协”将提高理想ONE的易用性:“之前的模式是‘工程师’模式,现在变成‘傻瓜’模式——家里有充电桩就充电,家里没有充电桩又不愿意充电,就用燃油。还有一个变化,就是这三个模式可以随便切换,过去每个模式还有一定限制,比如要想进入电量保留,要保证电池60%的电量,现在不需要。”李想说。

避谈销量目标

无论增程式还是插电式混合动力,市场表现都是判断一家车企竞争力强弱的关键指标。数据

显示,今年4月理想ONE交付量超2600辆。截至目前,理想ONE累计交付量超6500辆。

与其他造车新势力相比,理想汽车启动交付的时间较晚,但今年的销量成绩却颇为亮眼。今年一季度,理想ONE累计交付2989辆,超过小鹏G3、威马EX5等造车新势力主力车型,仅次于特斯拉Model 3和蔚来ES6。在插电混动市场上,3月理想ONE销量超过宝马5系PHEV、奥迪欧PHEV等豪华品牌、合资品牌车型。

不过,销量的暂时领先并不意味着理想ONE的产品力已经超过小鹏、威马等同行。李想坦言,造车企业早期都会依靠种子用户,但最多拥有1万名左右,后面必须考虑如何拓展新的用户。

目前,理想汽车并未公布每天新增订单的数量。针对理想汽车销量和订单状况的最新情况,北京商报记者采访联系理想汽车相关负责人,但截至发稿,尚未获得回复。

销量方面,去年李想曾透露,理想汽车的目标为到2020年卖出10万辆,到2025年能卖出100万辆。但在此次媒体沟通会上,针对“未来三年销量方面给自己定下来一个什么样的KPI”的媒体提问,李想并没有正面回应。

虽然并不知道李想是否已经放弃上述销量目标,但从政策层面看,理想ONE无疑正面临着更多新挑战。根据最初新能源汽车补贴政策,2020年为新能源补贴的最后一年。补贴彻底退出后,与纯电动车相比,插电混动将不再面临补贴劣势,二者将更加“公平”地竞争。然而,按照此前公布的最新政策,我国新能源补贴将至少延长至2022年。

此外,从技术方向上,张翔对理想ONE这种增程式电动车的市场前景并不看好。他表示,理想ONE作为增程式发电汽车,不属于主流方向新能源汽车类型,业内认可度低,且核心技术不成熟,增程器研发、使用成本高。

一款车卖三年

面对政策层面的新挑战和技术层面的质疑声,理想汽车下一步将采取何种发展策略?李想表示,理想汽车未来三年不会推出新产品,主要

是专注于理想ONE的OTA(在线下载技术)升级。

在李想看来,不同于传统汽车厂商通过不停降价来增加销量,智能汽车的优势是可以提升车辆的价值吸引用户。“智能汽车最大的价值是来自于产品力和质量都可以改变,产品力可以变得越来越好,质量可以变得越来越好。”他说。

据了解,目前理想ONE正在第四次OTA,本次OTA开放两天后的升级成功率达到80.2%。今年5月底,理想ONE的OTA固件将升级至v1.2.0版本,该版本新增油电混合模式、上下电逻辑优化、副驾驶蓝牙耳机功能、手机蓝牙钥匙感应尾门、优化行车记录仪夜视效果。

张翔表示,汽车行业是一个追求规模效益的行业,一款车型如果没有达到一定销量,很难收回研发费用和生产线成本。从经济效益的角度来看,理想汽车想用三年时间专注销售一款车型的做法是可以理解的,也是对的。

作为一家融资额相对有限的造车新势力,理想汽车的资金投入确实一直相对“节俭”,讲求“经济效益”。2019年8月,理想汽车宣布完成C轮融资,累计融资额达15.75亿美元(约111亿元),而蔚来、威马、小鹏的累计融资额分别高达543亿元、230亿元、168亿元。

在融资额相对有限的情况下,目前理想汽车仍实现现金流为正。对于如何做到这一点,李想主要强调公司对于成本严格管控,例如要求任何事情都必须有数学模型才能讲明白。

值得注意的是,除了车辆会不断进行OTA升级迭代外,未来理想汽车还计划进行硬件持续升级,升级费用会根据内容不同由厂商或者用户承担,而这些升级内容对传统厂商来说往往是中期改款才能得到。

“尽管理想汽车三年只卖一款车的初衷可能是对的,但汽车市场日新月异,新车型不断推出,补贴政策、市场环境也可能随时改变,要想仅靠单一车型OTA升级的方式来卖车,实际操作过程中的难度不小。不过,不销售新车型并不代表不研发新车型,未来一旦有机会,也不排除理想汽车会根据市场情况来上市新车。”张翔说。

北京商报记者 刘洋 濮振宇
图片来源:理想汽车官方微信公众号

广告

打开数据之门

寻找辅助产业钥匙 构建赋能行业平台

《数据》官方网站: <http://www.bbqonline.com.cn/>

数据

DATA

订阅方式

全年订阅特惠价 **240元/年**

订阅全年赠送全年数字版

零售价: **22元/期** **55港币/期(港澳)**
数字版: **88元/年**

银行汇款

开户银行: 华夏银行北京东单支行
开户名称: 北京恒联互动科技有限责任公司
银行账号: 10257000000738923

订购热线

010-64101980

邮局订阅

国内邮发代号: 2-558

扫码订阅

