

迎密集利好 车市有望复苏

购车补贴集中落地

《措施》中提到,对新购置符合条件的新能源汽车并在深圳市内上牌的个人消费者,给予最高不超过1万元/辆的补贴,并全面落实国家新能源汽车免征车辆购置税政策。同时,深圳市将新增投放2万个普通小汽车增量指标,通过专项摇号活动,面向仍在摇号且已参加60期以上(含60期)的“未中签”申请人进行配置。其中,中签者须购置符合条件的燃油车或新能源汽车(对购置新能源汽车的中签者,给予最高不超过2万元/辆补贴)。此外,深圳市还将放宽混合动力小汽车指标申请条件。允许名下仅有1辆在深圳市登记的小汽车个人,购买符合条件的混合动力小汽车,并申请上牌指标等政策。

不仅深圳市出台涉及汽车消费的相关政策,近期多地也密集制定有关汽车消费的政策,通过补贴等“真金白银”引导消费。据不完全统计,今年前5个月,全国共有15个省市实施汽车消费支持政策,覆盖广东省、山东省、湖北省、海南省、吉林省等,补贴金额共计上亿元。

其中,今年4月,山东省提出,将山东省现行新能源汽车购置补贴政策延长至今年年底,对今年符合条件的非公共领域新能源汽车最高补贴5万元/辆,公共领域新能源汽车最高补贴5.7万元/辆。随后,广东省发布消息称,对个人消费者购买新能源汽车,每辆最高补贴1万元;5月初,沈阳市发布消息称,面向在沈购车的个人消费者,投入1亿元发放汽车消费补贴。其中,根据不同购车金额,消费者所得补贴在2000—5000元。

各地密集出台政策的同时,4月13日召开的国务院常务会议指出,要扩大重点领域

今年4月,国内汽车销量几近“腰斩”。为提振车市,国务院常务会议将阶段性减征部分乘用车600亿元购置税。虽然具体实施细则还未落地,但部分省市的地方补贴已密集释放。5月26日,深圳发布“微信公众号发布公告称,深圳市发展和改革委员会、深圳市商务局、深圳市工业和信息化局、深圳市交通运输局、深圳市文化广电旅游体育局、深圳市卫生健康委员会联合印发《深圳市关于促进消费持续恢复的若干措施》(以下简称《措施》),其中10条细则均涉及鼓励汽车消费。

值得关注的是,不仅深圳市,近期多地也出台购车补贴相关政策。业内人士认为,促进汽车消费政策举措的出台,将激发潜在购车需求拉动消费,并有助于汽车市场保持健康发展。



消费,鼓励汽车、家电等大宗消费。5月23日,国务院总理李克强主持召开国务院常务会议时提出,进一步部署稳经济一揽子措施,努力推动经济回归正常轨道,确保运行在合理区间。在汽车方面,包括要促消费和有效投资,阶段性减征部分乘用车购置税600亿元。同时,汽车央企发放的900亿元货车贷款,要银企联动延期半年还本付息。业内人士表示,尽管目前600亿元政策细则还未

出台,但不难看出无论中央还是地方均在积极推进汽车消费增长。

复苏迹象显现

多地出台拉动汽车消费相关政策的背后,是汽车市场正经历阶段性波动期。今年以来,在原材料涨价、芯片短缺等因素影响下,如何稳定汽车消费、提振车市已成为热

议话题。

中国汽车工业协会发布的数据显示,今年前4个月国内汽车销量为769.1万辆,同比下滑12.1%。其中,今年4月销量仅为118.1万辆,同比减少47.1%,创十年来新低。销量走低的同时,今年前4个月汽车类零售额约1.33万亿元,同比下滑8.4%。其中,4月汽车类零售额仅为2567亿元,同比下滑31.6%。一位自主品牌4S店销售人员表示,今年上半芯片短缺导

致车源不足,而原材料涨价也让新车售价出现明显上涨,不少消费者已持币观望。中国流通协会专家委员会成员颜景辉表示,诸多因素导致目前汽车消费动力不足,此时多地补贴政策出台或有助于刺激消费者购车。

事实上,目前汽车市场已出现复苏迹象。乘用车市场信息联席会发布数据显示,今年5月1日-22日,全国乘用车市场零售量为78万辆,同比下降16%(降幅环比收窄22%),环比增长34%;全国乘用车厂商批发量为74.5万辆,同比下降23%(降幅环比收窄22%),环比增长46%。

值得关注的是,鼓励新车消费的同时,盘活存量市场、汽车下乡等也被提上日程。此次,深圳市在《措施》中提到,要推动二手车交易,扩大二手车周转指标试点范围,对符合条件的二手车法人单位发放二手车周转指标;二手车经销商销售其收购的二手车,减按0.5%的征收率征收增值税。

此外,湖北省对报废旧车并购买新能源汽车的补贴8000元/辆,购买燃油汽车的补贴为3000元/辆;转出旧车并购买新能源汽车的补贴为5000元/辆,购买燃油汽车的补贴为2000元/辆。颜景辉认为,国内车市已从增量变为存量,只有盘活存量市场才能保证汽车市场长期健康发展,此时二手车市场的发展至关重要,存量市场存在大量换购需求。

同时,4月25日,国务院在印发的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》中强调,要稳定增加汽车等大宗消费,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、品质消费进农村”。数据显示,去年国内新能源汽车下乡车型销量高达106.8万辆,同比增长169.2%,增速超过当年新能源汽车市场增速。北京商报记者 刘洋 刘晓梦

一季报后 小米能否走出业绩“微笑曲线”

5月19日,小米集团公布2022年一季度业绩,期间集团总收入734亿元,经调整净利润29亿元,加上创新业务费用4.25亿元后,小米本季度经调整净利润33亿元。研发支出35亿元,同比增长16%。

尽管全球市场动荡依旧,不确定性持续存在,但小米通过持续两位数增长的研发投入,以及手机×AIoT战略优势的释放,使得公司一季度用户基数的底盘依旧牢固。下一步,小米的高端化路线配合降本增效及新零售布局,或能走出一条业绩的“微笑曲线”。

用户稳定 生态拓圈

对市场而言,2022年的开局充满波折与动荡。

逆势之下,2022年一季度,小米全球智能手机出货量依旧稳居第三。与此同时,得益于高端化战略的持续推进,一季度,小米全球智能手机平均售价(ASP)持续提升,同比增长14.1%至1189元。

不断扩充的用户基本盘,也成为小米集团应对挑战的基石。

2022年3月,全球MIUI月活用户达5.29亿,全球仅有的达成这一成就的另外两家企业是苹果和三星。同时,中国大陆MIUI月活用户达1.36亿,境外互联网收入占互联网总收入比重达21.9%,均创历史新高。

值得一提的是,越来越多的新用户加入到小米打造的生态当中。小米12系列,Redmi K50、K50 Pro等新用户占比均超过50%。Redmi K50系列凭借性能优势和系统优化,吸引了一大批游戏用户的购买。小米Civi系列则吸引的是时尚、女性用户,强大的自拍功能以及流畅用户体验,为小米带来用户扩圈。

小米在AIoT方面的表现同样不俗。AIoT连接设备(不包括智能手机、平板及笔记本电脑)数达4.78亿,同比增长36.2%。拥有五件及以上连接至小米AIoT平台设备的



用户数达950万,同比增长38.7%。2022年3月,小爱同学月活用户数同比增长23.9%至1.15亿,米家App月活用户数同比增长33.8%至6580万。

直面挑战 危中寻机

不容忽视的是,受疫情和国际局势动荡等多重因素扰动,全球宏观经济整体疲软,导致智能手机供需端双向萎缩。市场研究机构Canalys公布数据显示,今年一季度,全球智能手机出货量为3.1亿部,同比下降11%。

同样,中国信通院CAICT数据显示,2022年3月,国内市场手机出货量2146万部,同比下降40.5%。其中,5G手机1618.5万部,同比下降41.1%。

市场普遍认为,全球智能手机已经进入存量博弈市场,如何应对宏观环境的不确定性,成为摆在手机厂商面前的一道难题。

小米集团合伙人、总裁王翔坦言:“一季度我们整个的行业都面临着多重挑战,首先是核心零部件供应持续短缺,新冠疫情反复以及俄乌局势、全球宏观经济的影响。这些挑战如浪潮一般一轮一轮地冲击着我们业务,也影响着一些财务和运营指标。特别是一季度我们150美元以下产品所需的低阻芯片有超过1000万部的供货缺口,这点给我们造成比较大的困扰。疫情也导致我们很多门店处

于关闭状态,也对购买欲望产生较大影响。”

不过王翔也表示,相信疫情终会过去,小米将在重点领域里持续投入,降本增效,提升整个集团运营的效率。更为重要的是,随着二季度后期芯片短缺状况缓解,三季度小米手机出货量有望再度提振。

逆势之中,具备完整生态的企业更能从容应对市场风险。一季度,小米AIoT与生活消费品实现收入195亿元,同比增长了6.8%,毛利率显著提升至15.6%,创单季度历史新高。

小米智能电视全球出货量也同比大涨15%,达300万台。据奥维云网数据,小米电视继续保持中国第一,全球前五。

此外,智能大家电品类(空调、冰箱、洗衣机)增长强劲,一季度收入同比增长超过25%。小米平板5系列持续热销,出货量和市占率稳步提升。

研发赋能 高端进阶

5月23日,小米公司官微发布消息称,小米与徕卡达成全球影像战略合作,首款作品将于7月发布。对于进军高端市场已近三年的小米而言,目前公司已逐步进入战略收获期。

今年一季度,小米全球智能手机ASP(平均售价)持续提升,一季度,同比增长14.1%至1189元,高端智能手机

(中国大陆地区定价3000元以上,以及境外定价300欧元或以上手机)全球出货量近400万台。

目前,小米在中国大陆地区人民币4000—6000元价格段的智能手机市场份额上,稳居安卓手机厂商第一。

按照小米以往的惯例,三四季度才是其高端机型的发布期。伴随小米数字系列、MIX系列本年度新款机型陆续发布,相较只有一个新款、若干老款在售的一季度,小米手机的ASP和高端市占率还将有望进一步提升。

高端化之路离不开小米集团日复一日对研发的笃定投入,2022年一季度,小米研发支出达35亿元,同比增长16%,研发投入的同比增速显著高于营收的同比增速,体现了小米对技术研发投入的重视。截至一季度末,小米研发人员超过15000人,在总员工数中占比超过44%。

近期,小米的夜枭算法在被誉为“影像算法奥林匹克”的CVPR NTIRE 2022夜景渲染赛道中,以巨大优势获得大众评审和摄影师评审两项世界冠军。

小米在充电领域也一直领跑行业。有线充电功率现在已经做到200W,充满仅需8分钟,带领手机充电进入分钟时代。2021年,小米首次突破手机无线充电的百瓦大关,推出120W无线充电,15分钟充满一部手机。稳定持久安全的充电能力背后,需要芯片作为支撑,2021年小米还推出了自研的充电芯片澎湃P1,填补了快充行业空白。

在持续探索前沿创新科技、不断加强技术与人才储备的同时,小米也积累了丰富的知识产权。截至2022年3月31日,小米全球专利授权数超过26000件,全球专利申请数量超过53000件。

更值得注意的是,小米线下门店的发展与高端化路线相辅相成,目前,小米之家在全国已拥有超过10000家门店,11个省级行政区已实现每个县都有一个小米之家门店。4月30日,小米之家全国最大旗舰店在广西南宁开业,现场可谓人山人海,很多当地小米用户笑称:“要结伴去最大的小米之家进货”。

王翔表示,小米中高端手机有50%是通过线下店销售,这证明线下店给用户拓展了接触小米产品的新渠道。小米门店特有的场景化购物环境,让消费者在接触中高端手机产品后,AIoT产品也自然进入其视野。

王翔表示:“我们有越来越多的手机和AIoT产品是通过线下渠道销售,也就是说,消费者在熟悉这个线下门店后,有更强的到店体验的动力,从而推动我们线下店AIoT产品的销售。”

可以说,商海行船不会总是一帆风顺,而在惊涛骇浪中依然能够持续投入“修炼内功、提升动力”,并掌握多个新航道的企业,才有机会穿越迷雾,成为最后抵达彼岸的赢家。图片来源:企业供图