

下调销量目标 SUV未挽江淮颓势

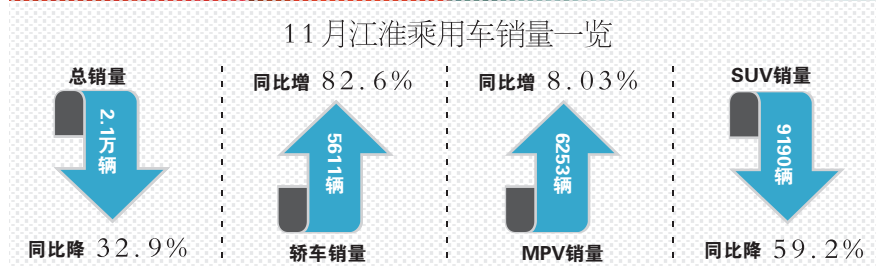
从去年底销量开始出现下降的江淮乘用车，一年的时间并未停住下滑的脚步。江淮汽车集团股份有限公司近日发布的数据显示，今年11月，江淮乘用车销量同比下降32.9%。按照去年11月江淮乘用车销量开始出现下降计算，至今已连续下跌13个月。时下火热的SUV并未挽回江淮乘用车的颓势，反而成为领跌车型。面对现状，江淮乘用车已经下调了明年的销量目标。

销量目标缩水

“给江淮一点时间。”今年广州车展上，江淮汽车总经理项兴初认为时间能够成为提振江淮乘用车的良方之一。然而，面对不断下滑的销量数字，留给江淮的时间已经不多。

从去年11月至今，江淮乘用车销量已经连续下降13个月，而且并未出现复苏迹象。根据最新数据显示，今年前11个月，江淮乘用车累计销量为20.32万辆，同比下滑38.4%。其中，今年11月，江淮乘用车销量为2.1万辆，支柱车型SUV销量仅为9190辆，同比下滑高达59.2%。今年前11个月，江淮品牌SUV车型同比下降55.5%。

根据江淮乘用车方面的规划，今年的销量目标为40万辆，但是截至今年11月，目标完成率仅为50.8%。受江淮乘用车销量不振的影响，今年前11个月，江淮汽车集团股份有限公司整体销量完成率也下降至65.26%。日前，江淮汽车方面表示，明年江淮汽车集团总销量目



标为60万-67万辆，与今年72万辆的销量目标相比大幅缩水。

SUV销量领跌

事实上，江淮SUV车型销量的持续大幅下降，成为影响整体销量表现的重要原因。目前，江淮乘用车在SUV市场共布局了瑞风S2、瑞风S2mini、瑞风S3、瑞风S5、瑞风S7共5款车型。但是，从今年开始，江淮SUV车型销量却开始一路下行。数据显示，今年前11个月，江淮品牌SUV车型销量同比下降55.5%。汽车行业专家颜景辉认为，2013年，江淮凭借对市场的判断力抢得先机，率先

发力小型SUV，当年销量升至3.4万辆。此后数年，江淮SUV车型实现成倍增长。目前国内SUV市场竞争过度，自主品牌与国外品牌均在该领域纷纷提升更新速度并密集布局新品，而江淮品牌SUV车型已经出现产品老化迹象，竞争力明显不足。

其中，主打小型SUV市场的江淮瑞风S3，在售价、外观等方面在同级竞争中均处于劣势。该市场中，单月销量在3万辆以上的宝骏510，起售价仅5.48万元，较江淮S3便宜近1万元。凭借外观设计，东南DX3也取得不错的销量表现。

颜景辉表示，面对竞争激烈的

SUV市场，目前自主品牌从价格、外观、动力、配置等方面全面发力，不仅在自主品牌之间，甚至开始与合资品牌展开竞争。随着国内消费者购车理念的逐渐成熟，产品力的不足将直接影响销量的提升。

合资寻出路

江淮SUV车型销量的持续低迷，使这家依靠客车底盘起家，在2004年提出“商转乘”战略的企业再次站在转型的路口。业内普遍认为，未来江淮与大众的合资模式，可能会成为江淮摆脱颓势的出路之一。

今年，江淮汽车与大众两次展开合作。5月22日，江淮汽车发布公告称，国家发改委已经批复江淮汽车与大众汽车(中国)投资有限公司合资生产纯电动乘用车项目；11月27日，安徽江淮汽车集团股份有限公司发布公告称，公司与大众汽车股份公司、大众汽车(中国)投资有限公司当日签署合资合作谅解备忘录，计划共同研发、销售多用途汽车(包括但不限于皮卡、MPV、电动商用车等)车型。颜景辉表示，江淮通过自身发力赶上自主品牌各竞争对手，需要重新梳理产品和体系，并投入大量时间和资金，但对于销量与利润相挂钩的车企来说并不现实。通过与大众合作，借助优势资源，在新能源车和商用车领域谋求发展，能够增加未来参与市场竞争的砝码，这对于江淮汽车来说可能是最佳的选择。

北京商报记者 刘洋

滴席谈

2017：车市小年

刘葳漪

还有十几天，2017年即将画上句号。

2017，对于汽车行业来说，的确是政策的大年。一如金融行业，新年伊始，金融监管政策就频频出台，财经界的一句“监管大年，市场小年”为2017年做了主旋律的定调。

众多部委在2017年同样频频给汽车企业“施加压力”。从《关于完善汽车投资管理项目的意见》到《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》(征求意见稿)；从《汽车销售管理办法》到《汽车产业中长期发展规划》……仿佛一道道“紧箍咒”，让汽车企业开始在2017年重新定位、思索未来的发展走向。

今年上半年，只有持续井喷了十几年的SUV得以实现增长17.2%，却远远落后于去年全年的增速。对于

乘用车而言，零售1%的微增长让业内人士大呼痛心。

刚刚出炉的11月销量数据显示，11月狭义乘用车终端销量247.27万辆，同比增长3.9%。今年1-11月累计销量达2102.75万辆，同比微增2.3%。在SUV车型的细分市场，1-11月累计销量889.81万辆，同比增长16.5%，今年的增速还不及去年增速的一半。眼下已经是12月中旬，可以笃定地说，2017年全年增速没有可能达到行业机构年初预估的5%。

中国车市真真切切地进入到了微增长时期，形成购买爆发并保持持续高速增长的现象近几年之内应该不会有机会得以重现。车市为什么这么糟？去年购置税减半，让市场提前预支了销量，在无形中影响了车企的批发销售数据。

汽车市场的销量变化已经过了“家庭第一辆车”

的刚需，消费者对汽车的更新换代越发趋于理性，由于理性选择变成大概率行为，那么车市增长趋缓也是大概率事件。

分时租赁、网约车、专车、快车的出现，也在一定程度上影响了对消费者的个人销售行为。“共享”这一概念催生出来的共享汽车将会降低一二线城市个人拥有汽车的欲望，社会人均汽车保有量的曲线将由爬坡转为下坡。

文章前面提到的金融监管力度加大也是不容忽视的原因，今年以来，汽车消费金融类成本随之提高，消费者贷款的门槛和费用比起去年、前年都有所增加。还有半个月，我们就将送走车市的小年，可以预期，未来汽车的产业集中度将会显著提升，且让我们期待良性循环的来年。