

增速起低 车市如何化解零增长风险

近日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布的2019中国汽车市场预测报告显示,明年国内汽车市场将停止增长,增速预计为零。此外,今年汽车市场整体产销增速低于年初预估,2018年全年将呈现2%-3%的下降幅度。

业内人士表示,当下国内汽车市场面临着严峻的局面。2018年乃行业变革之年,频频出台的政策将逐渐促使行业向更高质量发展阶段转变,但长期来看,国内汽车销量增长空间仍然很大。

销量全面下滑

根据中汽协的预测,2019年全年汽车销量为2800万辆,与2018年持平。其中乘用车预计销量为2360万辆,与2018年持平;商用车预计销量为440万辆,小幅增长1%;新能源汽车预计销量为160万辆,同比增长33.3%。

此前,中汽协曾判断,2018年汽车销量同比将呈现3%左右的增速。但最新数据显示,11月,全国汽车销量255万辆,同比下滑13.9%。其中,乘用车销售217万辆,同比下降16.1%;商用车销售37万辆,同比增长1.7%。2018年1-11月,全国汽车销售2542万辆,同比下滑1.7%;月度累计下滑幅度逐步扩大。

值得注意的是,就连车企们曾经倚重的销量增长“王牌”——SUV车型,如今也已热度不再。2015-2017年,我国SUV销量同比分别实现了53.9%、44.6%、13.3%的增速。然而,从今年6月开始,SUV车型的销量开始单月持续同比下滑,1-11月,SUV累计产销量首次呈现下滑,销量累计同比下降0.8%,其中11月销量同比下滑达18.1%。



2018年6-11月国内汽车销量趋势

在此背景下,中汽协认为,2018年全年汽车销量为2800万辆,同比下降3%。这意味着中国汽车市场结束了28年的连续增长,将面临自1990年以来的首次下滑。中国汽车市场需求增速放缓,未来三年内将维持L形发展态势。

中汽协副秘书长师建华指出,我国汽车产业已经进入低速增长阶段,2016年购置税政策的刺激和拉动,透支了去年和今年的消费。今年车市的负增长实际上是对前两年购置税政策透支购买力的回哺。

半数车企难圆目标

由于整体市场的不景气,国内车企的业绩表现也纷纷告急。北京商报记者对16家车企前11个月的销量与全年销量目标进行对比后发现,有8家车企今年的累计销量未达到全年销量目标的85%,有14家车企今年的累计销量未达

到全年销量目标的90%。

其中,2018年1-11月,长安汽车销量为197.9万辆,仅完成310万辆年度销量目标的63.8%;奇瑞汽车销量为66.96万辆,仅完成90万辆年度销量目标的74.4%;长城汽车销量为91.92万辆,仅完成116万辆年度销量目标的79.25%。

尽管2018年尚未结束,但销量目标完成情况不佳的车企很难寄希望于最后一个月翻盘。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树指出,相对于去年12月政策优惠末班车的抢购效应,今年年末消费者是平稳消费的心态,因此超高基数下的12月零售增长压力巨大。

业内人士表示,由于各家车企相互之间的销量差距比较大,各自的目标差距也比较大,因此目标完成率的高低不能简单与企业的经营好坏直接画等号。不过,从销量完成情况来看,各车企面临的压力确实较大。

增长潜力仍在

对于今年车市出现负增长的原因,中汽协秘书长助理许海东分析认为,在市场因素方面,前三年1.6L及以下小排量汽车购置税优惠政策造成提前消费,国六政策实施在即,多个负面因素影响汽车市场进一步增长。

中国汽车流通协会发布的最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”VIA显示,11月汽车经销商库存预警指数为75.1%,同比上升达25.32%,库存预警指数持续位于警戒线之上。对此,中国汽车流通协会相关负责人称,受大环境影响,汽车市场整体需求量降低,经销商集客量下降,到店人数减少。

虽然国内汽车市场正持续“遇冷”,但中汽协认为,刚需仍然存在,只是需要三年左右时间进行缓解。从数据来看,截至2017年底,中国汽车千人保有量为156辆,远低于美欧日等发达国家,汽车仍有较大增长空间。

同时,新能源汽车也越来越成为汽车销量增长的发动机。今年11月,国内新能源汽车销售16.9万辆,比上年同期增长37.6%。1-11月,新能源汽车销售103万辆,比上年同期增长68%。

崔东树表示,我国新能源车与燃油车双积分政策的实施效果凸显,车企为降低传统车油耗发展新能源车热情很高,也推动了新能源汽车产品极大丰富,比亚迪、北汽新能源等主力企业保持强势增长,长城、长安等主力传统车企也在加速推进新能源战略,为国内新能源汽车的发展贡献较大力量。

北京商报记者 蓝朝晖 濮振宇/文 李丞/制图

刘蔚漪

2019年,乘用车厂商应给经销商减压

刘蔚漪

十几天前,中汽协发布的汽车市场销售数据显示,2018年11月,我国汽车销售约254.8万辆,同比下滑13.9%,是今年销量跌幅最大的月份。

12月14日,国家统计局发布了2018年11月社会消费品零售总额统计,汽车类同比增长为负10%,比上月跌幅扩大3.6个百分点。

进入12月,多家调研公司和协会均发表观点称,2018年汽车销量增长率为负已经成为定局,这将是汽车行业全年销量28年来的首次下滑。

本来业界对传统的“金九银十”一

直都有企盼,但是,应有的销售旺季今年却没能实现。中国汽车产业进入低速增长的状态有很多原因,从宏观经济环境来看,整体投资放缓、消费信心走低不容忽视;而环保要求的不断提高,排放标准从国五演变为国六,很多消费者为了不让自己刚买的车贬值,因此持币待购也是客观事实。此外,今年1.6L及以下小排量汽车购置税优惠政策取消,去年已经提前透支了部分销量。

比整车生产厂商日子更不好过的,是诸多乘用车的经销商,除了极少数德系进口经销商之外,几乎所有的经

销商库存都在警戒线之上。中国汽车流通协会发布的库存预警指数印证了这一现象。

就像国家信息中心副主任徐长明所言,“当前车市出现20年以来最大危机,就算购置税优惠政策重来,恐怕也无济于事”。鉴于此,面对还有一个星期就开启的2019年,理性的厂商不必再强调于自身的增长,同时需要给自己品牌的经销商减压,携手共渡难关,而不是功利至上,不管合作伙伴的死活,一味压榨。

中汽协不久前发布了预测报告,

2019年,中国汽车市场将停止增长。这也是近30年来,需要汽车行业从业者审慎面对的严肃局面。

尽管如此,也不必过于悲观:我国的千人汽车保有量还低于发达国家,销量增长的空间还在。今年10月新个税法案正式实施,个税起征点由3500元提高至5000元,新个税法规定包括子女教育、继续教育、大病医疗、住房贷款利息或者住房租金、赡养老人等支出给予专项附加扣除,这两部分增加的消费额势必拉动消费支出增长,对于2019年的车市算是利好。