



过完春节,中国车市又展开了新一轮搏杀。随着互联网时代对汽车行业的颠覆开始深入,自主品牌崛起进程加快,中国汽车行业已经进入一个变化迅速、群雄逐鹿的时代。展望2018年,中国汽车将有诸多亮点,谁能看透这些亮点,就能大概把握到中国汽车的走势。

检验新能源车的时刻到了



自2017年12月蔚来汽车第一款量产车发布后,人们对互联网跨界造车新势力的关注又被激起。去年以来,造车新势力大动作频频,蔚来汽车、小鹏汽车、威马汽车、拜腾、智车优行、车和家、云度、零跑、电咖……还有许多更小的创业车企,在新一轮资本圈地过后,它们都不约而同地把赌注放在了新能源车上。

过去,人们嘲笑有些互联网造车团队是“PPT”造车,如今随着量产车的落地,实力得到了证明,但他们又面临着与资金更雄厚、经验更丰富的老牌传统车企的竞争。到底钱还能烧多久?互联网造车新势力能在市场上得到多少认可?这些在2018年都将得到一定程度的验证。

另一方面,双积分制将在2019年正式实施,对于传统车企来说,在新能源车赛道上的比赛即将开始,2018年是他们在新能源车销量上得以最后喘息的一年。既然比赛即将开始,那么赛前的准备就必不可少。无论是自主品牌、合资品牌还是豪华品牌,绝大多数在今年都有新能源车上市计划。更关键的是,在目前国内充电配套设施还不完善的客观条件下,如何才能把新能源车玩得风生水起?有的纯电动车走共享路线,有的主打插电式混合动力路线,也有的从纯电、强混到弱混都有涉及,各有各的主打路线。可以预见的是,今年各大车企都将拿出自己的新能源车战略,检验的时刻已经到了。

自主品牌大动作频频



中国农历春节假期过完没多久,就有两则重磅汽车新闻炸响了汽车圈。首先是在2月23日,长城汽车在港交所发布公告,宣称与宝马股份公司签署意向书,双方将以合资公司的形式开展合作,而合作方向主要在新能源汽车领域。据法新社援引宝马股份公司的一份声明说,总部位于德国慕尼黑的宝马股份公司计划在中国合资建厂,双方已长期探讨此事并签署了合作意向书。报道说,如果宝马股份公司的计划得以实施,将是MINI汽车首次在欧洲以外的地区生产。

另一则重磅消息则在2月24日放出——吉利集团有限公司宣布,已收购戴姆勒股份公司9.69%具有表决权的股份。此次收购完成后,吉利集团将成为戴姆勒股份公司最大的股东,并承诺长期持有其股权。

乘用车市场增速放缓



在日前举行的2018年中国汽车市场发展预测峰会上,发布了2018年中国汽车市场预测报告。报告中预测,2018年中国汽车市场销量预期增速为3%,其中乘用车增长3%、商用车增长2%,市场整体需求量为3011万辆。

跨国车企也对我国乘用车市场进行了预测。据路透社报道,大众汽车预计,中国2018年整体乘用车市场的增长速度大致与去年相当,2018年中国乘用车市场将增长4%左右。除了传统业务,大众汽车还计划通过销售更多新能源汽车来增加销量。大众汽车集团(中国)总裁兼CEO海兹曼重申,大众汽车集团当前的目标是到2020年销售40万辆新能源汽车,到2025年力争提高至150万辆。

从大众汽车的计划中可以看出,新能源车已经被放在了重要的战略位置上,这也是各大车企的共同现象。根据中汽协公布的数据,今年1月,我国新能源汽车产销分别为40569辆和38470辆,同比分别增长4.6倍和4.3倍。

今年中国车市六大热点预测

SUV销量或可超越轿车



近几年,SUV经历了一段过山车般的迅猛增长,但随着份额的逐渐增加,这股势头已经开始减弱。根据中汽协的数据显示,2016年我国SUV销量为904.70万辆,同比2015年增长44.59%;2017年全年SUV车型销售了1025.27万辆,同比2016年增长13.32%,同比增速已经大幅下降,中国汽车市场的这股SUV热已经有降温之势。

SUV的降温有什么影响?从SUV龙头车企长城的表现中可以看出一二。长城汽车公开披露的2017年全年数据显示,长城汽车总销量为107.02万辆,完成年度目标125万辆的85.6%,与2016年相比,2017年哈弗品牌下降了9.19%。2018年1月26日,长城汽车发布业绩预告,2017年净利润50.35亿元,同比下降了52.28%。

过去几年,在SUV市场处于一片蓝海的时候,各大车企都在快速推出SUV车型,希望能赶上这趟SUV红利期。直到现在,SUV车型的销量比重在许多车企的总销量当中仍不可小视,甚至

有的车企SUV销量比例过半。不过在SUV出现降温后,这些车企能否及时调整并保持稳定增长?将是2018年中国汽车市场给出的一个考题。

尽管SUV销量出现降温的态势,但目前仍然在保持增长,甚至有机会在2018年超过轿车在我国乘用车市场上的份额。根据中汽协提供的数据,2017年,我国乘用车共销售2471.83万辆,其中轿车销售1184.80万辆,同比下降2.48%;SUV销售1025.27万辆,同比增长13.32%。可见,轿车与SUV的销量差距只有159.53万辆,如果轿车继续保持微跌,SUV继续保持增长的趋势,在2018年中国乘用车市场上,SUV的销量首次超越轿车的历史性时刻或将出现。

自主品牌扬帆出海



在中国“一带一路”的倡议下,有媒体认为,中国汽车品牌在2017年开始了第二次集体出海潮。其实,早前包括长城、江淮、比亚迪、北汽、奇瑞、一汽等一众中国车企都有汽车出口、海外建设基地的计划。不过,这次出海潮与以往不同,积极开拓海外市场已成为中国汽车品牌谋求新发展的关键举措。

从这股出海潮可以看到,中国车企已经不满足于进军非发达国家市场,而是把长远目光放到了欧洲、北美等发达国家,包括德国、美国这些汽车强国。最令人瞩目的要数广汽传祺,其目前已完成全球五大板块14个国家的落子布局,初步构建了广汽传祺的全球销售网络和服务体系。不仅如此,广汽传祺还要对美国汽车市场进行突破,并已经确定了时间表——2019年进入北美市场。今年2月初,东风汽车集团有限公司也正式发布海外中期事业计划。东风汽车提出海外事业未来3年总体目标:到2020年,海外销量实现15万辆,进入欧美主流汽车市场。东风汽车认为,如今的“一带一路”倡议为我国汽车产业“走出去”提供了从政策背景、贸易环境到资金、文化等各方的支持,并为我国汽车产业带来了多重发展机遇。

与此同时,我国汽车出口量也在去年实现了巨大反转。据了解,中国汽车出口量在2012年达到惊人的101.59万辆后,从2013年开始急剧下滑,2014~2015年延续负增长局面,2016年才开始有所缓和,但出口量仍远不足百万。根据中汽协的数据显示,2017年,我国汽车出口89.1万辆,同比增长25.8%,在出口连续4年下降后,再度出现增长。中汽协预计,2018年我国汽车出口有望重回百万辆。

谈及2017年汽车出口实现反转的原因,中国汽车流通协会副秘书长罗磊认为主要在于两点:一是全球经济回暖导致国外消费增长,对相对低端的品牌有了更大需求;二是我国制造业从速度发展转向质量发展,中国自主品牌的质量近几年得到了大幅提升。

无人驾驶汽车来到身边



今年2月7日,交通运输部部长李小鹏在新闻发布会上谈到了我国的交通强国规划。其中,在谈到无人驾驶技术时,李小鹏表示,交通运输部高度重视、积极推动这方面的科技研究,同时也在编制规划,研究起草技术规范。

对无人驾驶这个新兴领域来说,如何解决法律法规方面的约束至关重要。随着无人驾驶技术进入政府部门的政策研究范围,意味着我国政府在制定技术标准和行业准则方面迈出了步伐。

没过多久,在2018年大年三十央视春晚节目上,上百辆汽车浩浩荡荡地穿行在港珠澳大桥上,这不是一支普通的表演车队,而是由比亚迪、百度Apollo、金龙、智行者联手打造的新能源乘用车、微循环巴士、扫路机和物流车组成的无人驾驶车队。从政府到车企,短短1个月时间,已经让全国人民感受到了我国在无人驾驶方面的存在感。无疑,无人驾驶产业将在今年继续生根发芽,成为汽车行业除了新能源车以外的另一个热点。

(据《羊城晚报》)