

“金九”成色尽显 汽车产销两旺

—今年前三季度乘用车销售排行分析

中汽协 9 月份《汽车产销快讯》显示,乘用车季节旺销特征显著,产销环比同比均为两位数增长,四个大类品种销量环比较快增长,同比中除微客降幅明显外,其他品种保持增长。1~9 月乘用车累计产销也呈两位数增速,其中销售增幅较前 8 月提升 0.94 个百分点,同比提高 7.08 个百分点。

自主品牌乘用车销量提升但份额仍有下降、自主品牌销量难进市场十强、日系车市场复苏加快且增速居于榜首、汽车出口两位数下滑、车市交易价格延续下行,勾画出“金九”乘用车市场的主要特征。

乘用车市场点评

1. 自主量升份额降:自主品牌乘用车 9 月份销量和占有率较上月提升,但同比仍有所下降,销售 60.86 万辆,销量占乘用车销售总量的 38.19%,占有率环比提升 0.18 个百分点,同比下降 4.52 个百分点。其中自主品牌轿车销售 27.62 万辆,其销量占轿车销售总量的 25.92%,占有率环比提升 1 个百分点,同比下降 4.35 个百分点。

1~9 月自主品牌乘用车累计销售 512.50 万辆,增长 12.14%,销量占乘用车销售总量的 39.89%,占有率同比下降 0.67 个百分点,降幅较前 8 月有所加大。其中自主品牌轿车累计销售 231.12 万辆,增长 10.16%,销量占轿车销售总量的 26.73%,占有率同比下降 0.14 个百分点。

国产轿车 9 月份销售和 1~9 月累计销售中,销量十强完全被大众和通用等品牌车型所把持,自主品牌至今无一打入十强行列。

2. 日系增速居榜首:9 月份日系乘用车市场增速达三位数,高居榜首。日系车当月销售 27.80 万辆,较上月增加 7.22 万辆,环比提升 2.24 个百分点,同比增长 165.58%,其销量占我国乘用车销售总量的 17.45%。其中轿车销售 20.27 万辆,同比增速达 165.88%;其销量占我国轿车销售总量的 19.02%,环比提升 2.26 个百分点,同比提升 5.86 个百分点。1~9 月日系车累计销量 198.28 万辆,与去年同期比较,尚存 7.73 万辆差距。前 9 个月累计销量占我国乘用车销售总量的 15.43%,较前 8 个月提

升 0.22 个百分点。

德系车 9 月份增速环比略低,但德系和美系增幅同比高于行业平均数。

3. 汽车出口仍走低:中汽协会数据:汽车生产企业 9 月份出口乘用车 4.79 万辆,环比增长 15.56%,同比下降 38.79%。轿车、MPV 和微客出口同比两位数下滑,唯有 SUV 微增 4.06%。1~9 月乘用车累计出口 43.40 万辆,下降 10.82%,其中轿车为 290543 辆、MPV 为 5497 辆、SUV 为 99532 辆、微客为 38402 辆。

4. 车价延续向下行:据国家发改委价格监测中心对全国 36 个大中城市监测,9 月份国产乘用车价格延续下行,环比下降 0.10%,同比增长 1.75%。其中轿车与 SUV 价格环比分别下降 0.08% 和 0.07%,同比分别增长 1.03% 和 3.44%;微客价格与上月持平,同比下降 2.26%。

乘用车企业销售点评

乘用车企业 9 月份排名前十中,上汽通用五菱、东风日产、长安福特、北京现代和一汽丰

田两位数增长,其余一位数增长。上海大众等前十家企业销售乘用车 96.48 万辆,占乘用车销售总量的 60.55%。

1~9 月销售排名前十家乘用车企业中,东风日产同比下降 1.74%,降幅收窄 8.26 个百分点;上汽通用五菱低增 4.97%,其他 8 家均为两位数增长。上海大众等前十家乘用车企业累计销售乘用车 737.20 万辆,占乘用车销售总量的 57.37%。

轿车销售排行点评

9 月份轿车销售排名前十家企业,销售与上月比均呈不同程度增长,其中东风日产、广汽本田和长安福特增速更显著。上海大众等前十家企业当月销售轿车 71.15 万辆,占轿车销售总量的 66.78%。

1~9 月轿车销售前十位企业,累计销售同比均呈一定幅度增长,其中长安福特、比亚迪、上海大众和东风悦达起亚增长超过 20%。一汽大众等前十家企业 1~9 月销售轿车 577.93 万辆,占轿车销售总量的 66.84%。

(张伯顺)

工信部开出“死亡名单”

48 家车企被首批“劝退”

国内车企“只生不死”的怪圈即将终结。工信部日前公示首批 48 家“劝退”车企名单,并给出为期 2 年的整顿期。如果上榜企业到 2015 年 10 月 31 日依然无法通过相关考核,将被暂停汽车产品的生产资质。业内人士分析,这是我国汽车行业退出机制启动的标志,虽然对市场竞争格局很难有直接影响,但其释放的政策信号或将加速汽车企业兼并重组的步伐。

“劝退”车企公众知晓率极低

中国汽车行业“散”、“弱”、“乱”的格局由来已久,因此每一轮产能过剩的调控都首当其冲,而建立退出机制则是工信部为加快汽车行业兼并重组开出的一剂药方。

工信部网站公示的首批“劝退”车企名单包括吉林通田、石家庄中博汽车、沈阳华龙客

车、哈尔滨客车厂、陕西秦星汽车等 48 家企业,无一例外都是边缘化的车企,公众知晓率极低,在市场上早已失去竞争力。

但奇怪的是,这类车企在中国并不会自生自灭,即便多年处于停产或半停产状态,产量极少甚至没有产量,却依然能凭稀缺的“壳”资源待价而沽。无论是合资车企建分公司还是本土车企跨地域扩张,收购“壳”资源从而加快审批进度都成为一大捷径。

汽车从业人员透露,一些边缘化车企勉强生产出来的产品达不到质量控制要求,也无力实现对消费者的售后服务保障,甚至靠倒卖产品合格证维持生存,由此造成不规范的汽车产品上市流通威胁消费者利益,因此工信部着手建立退出机制予以清理。

首批“劝退”车企的特别公示期从 2013 年

11 月 1 日至 2015 年 10 月 31 日止。工信部表示,特别公示期间,不受理被特别公示企业的新产品申报。被特别公示的企业经考核符合准入条件的,取消特别公示,恢复受理其新产品申报。特别公示期满后,未申请准入条件考核或考核不合格的企业,暂停其《车辆生产企业及产品公告》,且不得办理更名、迁址等基本情况变更手续。

在国内,汽车产品投产前必须通过工信部审查,符合技术安全标准纳入公告管理目录后才能获准生产,因此暂停《公告》且不得办理更名迁址手续就意味着车企生产资质的冻结,只能进入破产程序。

退出机制 2016 年才动真格

数据显示,目前全国有各类车辆生产企业 1300 多家,其中汽车整车企业有 171 家、摩托

车企业 120 家、专用车生产企业 900 多家、三轮汽车和低速货车企业 135 家。

在这 1300 多家车企中,哪些算是要被淘汰的落后企业?工信部去年发布的《关于建立汽车行业退出机制的通知》提出,不能维持正常生产经营的汽车和摩托车企业将实行为期 2 年的特别公示管理,具体门槛是连续 2 年年销量为零或极少。其中,乘用车年销量少于 1000 辆、大中型客车少于 50 辆、轻型客车少于 100 辆、中重型载货车少于 50 辆、轻微型载货车少于 500 辆、运输类专用车少于 100 辆、摩托车少于 1000 辆,新建汽车企业除外。对于已经破产或进入破产清算程序的汽车、摩托车生产企业,将注销其《公告》。

对此,不少业内专家提出质疑,在跨国车企生产集中度越来越高之际,中国汽车行业以如此低的销量作为退出门槛可能收效甚微,因为这类边缘企业对车市供求关系的影响可以忽略不计。另外,漫长的公示期后,退出机制到 2016 年才能动真格,很难在眼下汽车业淘汰落后产能、加快产业升级的节骨眼上发挥作用。

十大车企产业集中度近九成

虽然国内汽车业兼并重组声浪很高,但这些年推进并不顺利,像上汽、广汽合并的成功案例实属凤毛麟角。

“各个地方政府都将汽车作为支柱行业,跨地域重组天然就有来自行政层面的阻力。”一位车企高层透露,这是不少汽车重组功败垂成的原因,而即便靠行政力量撮合的车企联姻,也往往遭遇包办婚姻的痛苦磨合,眼下长安重组昌河的失败就是典型案例。

去年,全球三大跨国车企的产销规模均已超越 900 万辆,而中国车企年产销规模均未突破 140 万辆。尤其是自主品牌车企,研发投入难以获得规模化生产的支撑,只能在合资品牌的市场夹缝中艰难求生。

不过,从产业集中度看,汽车行业远优于钢铁、船舶、稀土等重点行业。汽车工业协会公布的最新数据显示,1 至 9 月,汽车销量排名前十家的生产企业分别为上汽、东风、一汽、长安、北汽、广汽、华晨、长城、江淮和吉利,共销售汽车 1406.35 万辆,占汽车销售总量的 88.54%,比上年同期提高 1.1 个百分点。

而年初工信部《关于加快重点行业企业兼并重组的指导意见》提出,到 2015 年,汽车行业前 10 家整车企业产业集中度要达 90%,建成 3 至 5 家具有核心竞争力的大型汽车企业集团。

对此,国家信息中心信息资源开发部主任徐长明表示,国内汽车行业产业集中度并不低,政府部门对推进兼并重组不需要干预太多,着力点应放在提升本土车企的核心竞争力上。

(据《北京日报》)