



前不久,北京车主何先生来到一处自己常来的4S店做车辆的例行保养。他惊奇地发现,几个月没来,这里已经人去楼空,之前的4S店已经关门了。在目前的国内汽车市场,这已经不是个别现象。

《经济参考报》记者获悉,在吉林、天津、海南等

地,汽车经销商步履维艰,产能过剩问题进一步凸显。而由于大量产能闲置、库存积压,车企发展正面临巨大的潜在风险。

中国汽车工业协会数据显示,2015年6月,国内汽车产销量环比、同比再次双双下降,其中乘用车

产销月度同比自2008年12月以来第一次出现双双下降。整个上半年汽车产销比去年同期分别回落了近7个百分点。

专家预测,未来几年,国内汽车市场将会面临3%以下的增速,甚至是零增长、负增长的局面。

谁制造了车市“寒流”

4S店:库存大、车难卖

如果说枯燥的对比数字还不足以让人们感受到国内汽车行业的困境,国内各汽车品牌的4S店的退店潮,却是切实让人们特别是汽车行业的从业者感受到了压力和窘迫。

海马汽车集团副总裁林世明说,由于国内一线市场销售竞争日趋白热化,再加上自贸区平行进口、世贸解禁等因素冲击,海马汽车已经放弃了上海市场,在北京也仅剩3家4S店。

即使是丰田这样的世界级品牌,其经销商的日子也同样不好过。根据中国汽车流通协会会员部主任宋涛的说法,在一汽丰田的523家经销商中,95%都在赔钱,10%的经销商随时准备撤出。

撑不住的关店了,剩下没关的很多也是在苦苦支撑。汇腾汽车销售服务有限公司是一汽大众位于吉林长春的4S店。该公司销售经理介绍,从今年2月以来,长春12家一汽大众4S店几乎都面临库存大、车难卖的困境。

“我做了10年的销售经理,这种情况还是头一次遇见。往年这几个月平均能卖出400多台,现在每月也就300台左右。从2月到现在,库存积压约有600多台车。”该负责人表示,为减轻库存压力,公司试图降价促销,却面临来自其他4S店的价格战,原本需要加价提车的高尔夫6、途观等车型,甚至也要通过送保险、无息车贷等手段出手,以减轻库存压力。

2015年上半年,一汽大众销量同比下降11.3%,而包括上海大众、上海通用等在内的众多合资品牌都出现了销量下滑。豪华品牌同样不能幸免,除了奔驰异军突起,上半年增长23%外,宝马和奥迪都呈下降趋势。其中,奥迪中断了连续26个月的增长,奥迪Q3销量同比降幅高达45.3%;宝马销量下降了5.5%,这是自2005年1月以来的首次滑坡。

销量的下滑让经销商的库存大大提高,利润受到影响。甚至有宝马经销商不顾厂商私下哀求,在成都打出了最低六折的广告。经销商说,这仅仅只为了生存。

另据车聚网向《经济参考报》记者提供的消息,宝马中国和华晨宝马不久前宣布调低第二季度批售目标,经销商只需完成85%的目标,即可获得单车数量奖。

不仅是经销商4S店面临着关店潮的威胁,国内一大型车企老总表示,整车厂的日

子也不好过,如果这个市场持续下去,在三五年,甚至两三年之内就将不断会有整车企业倒闭,中国将迎来新一轮整车企业的兼并重组,只有少数实力强大的企业才能生存下来。

车市看空情绪弥漫

中国汽车流通协会常务副理事贾新闻认为,地方限购限牌的消费条件制约,再加上公车改革以及市场相对饱和,是造成近年来汽车销量呈现微增长的主要原因。业内对于车市普遍有“看空”情绪,认为我国汽车业的增长已进入拐点期。

对于车市的萧条现状,明华有道咨询总监封士明表示,因为经济放缓,消费者购买力下降,2008年曾有过类似的走势,但彼时因为“4万亿”、免购置税、国家节能惠民补贴等强刺激政策,人为地把车市拉了上来。现在7年过去了,中国车市已经从增量市场转向了存量市场,后井喷期对政策刺激的反应已没有那么强烈。

对于汽车市场的增速放缓,罗兰贝格战略咨询公司项目经理郑贊认为,今年上半年还有一个特殊的情况是资本市场牛市的回归,居民对于汽车消费的意愿也有不少转移到了二级市场投资领域。

对此,中国汽车工业协会副秘书长师建华说,由于中国经济正在放缓,投资、消费、出口都不是很给力,今年的汽车行业也不会像往年一样红火,尽管刚需依然没有减弱,但今年一季度的销售远远低于此前的预测。

同时,一些汽车行业多年积累的问题爆发也成为市场增速下降的一个原因。以前,很多汽车企业把车批发至经销商,就算完成了销售任务。但车辆在经销商销售给消费者是需要一定时间,在销售火爆的时候,还暴露不出什么问题。但在市场走低的情况下,经销商销售困难,整车厂的销售数字实际上都成为经销商库存,随着厂家与经销商矛盾激化,经销商进货量逐渐下降,直接影响到了厂家的销量,厂家面对库存压力也不得不减产,这也是造成销量下降的一大原因。

例如,国际知名汽车咨询机构J.D. Power的报告显示,中国宝马经销商库存压力已经很大,比同时期的奥迪和奔驰还要高。宝马中国CEO安格公开表示,宝马公司已在华削减产出,减少向经销商供应车辆。需要注意的是,库存的压力几乎可以决定一家4S店的生死——由于建店成本高企,很多经销商都靠借贷度日,土地靠租赁,建店投资靠银行贷款,汽车进货后抵押合格

证贷款继续周转。新建店抗风险能力低,由于没有积累,利润来源单一,如果新车稍微有所压库,就会造成巨额亏损。

但现在的问题是,宝马的一些经销商往往库存好几台卖不出去,以平均50万元的单车价格计算,经销商的资金占用会达到数亿元之多,如果采用承兑汇票的方式,4S店一个月所承担的银行利息能高达近2000万元。这导致现在一台宝马5系车,4S店即使亏3个点也卖。其他车型状况也大同小异,只有极少数车型还能有少量利润。

产能过剩加速车市下滑

产能过剩和销量持续下滑的同时存在已经让国内市场进入了一个恶性循环。

中汽协发布的数据显示,2014年全年我国汽车销量为2349.19万辆,同比增长6.86%,增速低于中汽协年初预计的8%到10%的幅度。如果今年以7%的增长计算,2015年的销量约为2500万辆。但目前上汽、东风、一汽、长安、北汽、广汽、华晨、长城、奇瑞、江淮、比亚迪、吉利等汽车厂商发布的产能数据显示,其总量已经超过3000万辆。

在年初通用、上海大众相继宣布降价后,一汽大众、北京现代等国内主力厂商也纷纷开始降价。在高端车方面,宝马、奥迪、奔驰纷纷在入门级30万元级别进行拼杀,而40万元级别的竞争也出现了史无前例的惨烈。

汽车行业专家王巍认为,这种价格上的变化反映出,国内主要汽车厂家前几年大量建设生产线和新工厂,产量大幅增加,经销商库存量超出警戒水平,几乎达到历史库存最高点。而厂家无论在给经销商配额,还是在任务量上都大量增加,这与基本走上平稳的中国汽车市场相比出现了较大差距。

车市增速放缓后,产能闲置率更高,部分企业日子越来越难过。据盖世汽车网整理IHS等机构的数据,目前中国汽车行业产能利用率大约在70%左右,预计2015年跌至60%以下,尤其是自主品牌压力最大。

贾新闻表示,未来几年,汽车市场可能会面临3%以下的增速,甚至会出现零增长、负增长的局面。

对此,中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬在今年的中国汽车论坛上说,2000年至2001年中国汽车产销增长平均速度是惊人的24%,而从2010年至2014年中中国汽车产销平均增长速度是7%,这标志着中国汽车产业已经由高速增长阶段进入了一个中高速增长阶段。

师建华预测称,今年全年汽车工业的增速肯定到不了7%,能达到5%就已是较好的一个结果了。

破解汽车产业困局

针对当前国内汽车业面临的低迷行情,多位专家建议,应推动汽车工业的深化改革,实现健康发展。

有专家呼吁,相关部门应以市场为导向为基础,适当提高新上汽车生产项目审批的门槛,降低地方盲目追求将汽车业作为支柱产业的热情。在企业减产和固定资产投资放缓的双重保障下,车企产能利用率才可能回归到正常合理的范围。

国家发改委产业协调司司长勇表示,当前我国亟待改变过去传统的汽车产业宏观管理方式,推动相关立法,走法制化道路,实现宏观管理覆盖汽车产业全生命周期。

广州汽车集团常务副总经理冯兴亚认为,如果在生产环节真正实现法制化,企业将更加明白什么能做,什么不能做,反而比摸着石头过河的状态要自由得多。同时,汽车行业的法制化建设将进一步规范市场,促进市场更加公平竞争。

中国智能交通协会会长吴忠泽建议,当前首先要做的是推进汽车行业的数据标准化建设,建立和完善接口规范和数据标准体系,为跨部门、跨区域、跨厂商的汽车及交通信息系统的互联互通提供可能。在此基础上,应创新汽车大数据分析应用,实现智能化辅助设计与制造、维修、销售新模式。

海马汽车集团执行总裁孙忠春表示,借助“互联网+”,海马汽车希望实现从传统制造商向移动互联汽车生活方式的提供商转变。

东风乘用车总经理李春荣告诉《经济参考报》记者,中国汽车总体的市场从2011年开始即已脱离了高增长阶段,这对新兴企业的压力很大,尤其是中国品牌的汽车,在这样的大环境下,几乎全线亏损。而东风在萧条中的做法,就是增加电商成本,加强与互联网的合作,希望能开辟一条有效的突围路径。

新车销售不景气的同时,国内二手车市场却在持续升温,而从国外的经验看,诚信的二手车市场具有巨大的潜力。专家建议,应完善二手车全产业链建设,尤其是在保障二手车交易的公平和诚信上下功夫,有效提高资源的使用效率。

此外,专家还表示,对于汽车企业来说,单靠生产就能拉动效益的日子会越来越远。要在企业已有资源的基础上,通过技术、服务等方面的集成创新,打造适合市场需要的产品和服务,如服务贸易和汽车金融,以及汽车共享、无人驾驶、车联网等技术。

(据《经济参考报》)