

广州车展：

汽车市场微增长已成新常态

2015 年已经接近尾声,岁末不仅是各大汽车厂家向目标任务发起冲击的关键时期,也是总结 2015 年、展望 2016 年的节点。在经济发展进入新常态的大背景下,汽车行业也相应进入了发展的新常态。其中,最具代表性的特征就是汽车产销量告别了多年来狂飙式的突进,转入低速增长的轨道,产销量增幅进一步减小,市场增长日趋平稳,可以说中国汽车市场微增长已成为新常态。

此刻,面临新旧交替的中国车市也迎来了一年一度的车市压轴大戏——广州车展。第十三届广州汽车展以“新科技,新生活”为主题,紧贴行业发展潮流新趋势,不断推动行业交流与合作,与海内外车企共同打造一个车辆技术成果展示与推广的大平台,用最新的汽车技术改变生活,用创新驱动未来。

车市新常态

根据中国汽车工业协会发布的 10 月中国汽车工业经济运行情况,数据显示,2015 年 1~10 月,汽车产销增速比 1~9 月均有不同程度回升,其中产量结束了下降势头,销量小幅回升。

产销总体方面,1~10 月,汽车产销 1928.03 万辆和 1927.81 万辆,同比增长 0.02%和 1.51%。其中,乘用车产销 1650.6 万辆和 1648.47 万辆,同比增长 2.2%和 3.89%;商用车产销 277.43 万辆和 279.34 万辆,同比下降 11.25%和 10.58%。

尽管市场出现明显回暖,但这种增长离不开购置税减半政策的支持。实际上,2014 年,我国汽车产销 2372.29 万辆和 2349.19 万辆,同比增长 7.3%和 6.9%,增幅比上年分别下降 7.5 和 7 个百分点。不仅产销增长速度降至个位数,增幅也分别下降了一半。2015 年,汽车产销量再度下滑,21 世纪以来,年度平均增速从 24%到 7%,再到可能出现的更低的增长幅度。

对于汽车人而言,新常态意味着将面临新的挑战,同时也意味着新的机遇。新问题、新情况的出现,总能激发技术的创新、行业的融合、模式的变革。而随着中国汽车市场进入新常态,经济发展的条件和环境发生了诸多改变,同时也意味着经济发展将告别以往粗放式增长的模式,变得更加平稳、协调、可持续,汽车行业也在这一背景下酝酿着转型升级。从本届广州车展企业展出的产品和战略中可以明显感到,一股新常态下的清新之风正在吹向汽车业,并跃跃欲试地试图引领汽车业未来发展的新方向。

实际上,今年年中许多汽车厂家已经主动降低全年目标,减少发车,降低经销商库存。这些措施都有利于给价格大战降温,稳定汽车价格,改善价格倒挂现象,调动经销商的积极性。只有清醒了解中国汽车产业发展的趋势,才能做出正确的判断和决策。汽车整车企业不能再制定高指标,而要在产品品质和服务上狠下功夫,逐步适应中国车市的新常态。

车型新细分

尽管 2015 年对于车企而言过得并不平坦,但在逆境中,车企对细分市场的争夺也愈发激烈。

据不完全统计,媒体日新车发布会达到了 67 场,几乎所有品牌的高管都亲临展会现场。本届展会展出车辆总计 1000 辆,全球

首发车 36 辆,其中跨国公司首发车 7 辆。首发新车、概念车及最新车辆技术共演一炉。

值得关注的是,作为一个成长前景被车企一致看好的细分市场,SUV 市场的竞争已从早前的粗放阶段进入到集约时代。如此密集的产品投放,预示着小型 SUV 市场的竞争将更加激烈。从定价到配置,无论是合资品牌阵营还是自主品牌阵营,各家的 SUV 产品也都紧紧盯住了直接竞争对手。

与此同时,自 2012 年国务院发布《节能与新能源汽车产业发展规划》,明确以纯电驱动作为新能源汽车发展和汽车工业转型的主要战略取向以来,我国电动汽车产业便开始步入发展的快车道。随后,各部委在购车补贴、税费减免、金融支持、政策支持等各方面做出了一系列规定,更加为电动汽车的发展注入了强劲的动力,催生了电动汽车市场的繁荣。

统计数据显示,今年前三季度,新能源汽车产销量分别为 144284 辆和 136733 辆,同比分别增长 2 倍和 2.3 倍,其中纯电动汽车产销分别完成 93032 辆和 87531 辆,同比分别增长 2 倍和 2.7 倍;插电式混合动力汽车产销分别完成 51252 辆和 49202 辆,同比增长 1.9 倍和 1.8 倍,使新能源汽车成为了年度汽车市场的新亮点。

而为了顺应国家汽车产业转型发展新方向,广州车展主办方于 2014 年独立创设“广州国际电动汽车展览会”,成为国内首个在顶级汽车展览会中集中展示电动汽车产品的新平台。包括保时捷、奔驰、宝马、奥迪、通用、大众、丰田、雷诺、东风、长安、广汽、上汽、北汽、比亚迪、奇瑞、吉利、华晨、长城、江淮、知豆等国内外新能源汽车领导品牌集中参展,带来最新电动汽车产品,助力电动汽车产业发展。本届电动汽车展的举办,对加快我国汽车产业转型升级,走出一条健康可持续发展的新路具有积极的推动作用。

技术新方向

广州车展作为国内三大车展之一,对华南地区甚至全国的汽车市场均有着深远的影响,广州车展同时也是新技术的重要传播平台。

据了解,本届广州车展上,传统的奔驰、宝马、大众、通用、福特、沃尔沃、捷豹路虎、克莱斯勒、菲亚特、标致雪铁龙、雷诺、丰田、本田、日产、三菱、斯巴鲁、马自达、铃木、现代、起亚等欧美日韩汽车集团带来最新车型,集中展示新能源、辅助驾驶、智能互联等最新车辆技术;国内汽车集团及重

要汽车企业,包括东风、一汽、长安、北汽、上汽、广汽、奇瑞、吉利、长城、江淮、比亚迪、华晨、东南、华泰、力帆等也为业界带来中国创造的结晶;保时捷、兰博基尼、法拉利、玛莎拉蒂、宾利、劳斯莱斯等多个欧美豪华品牌继续以厂家身份高规格亮相广州车展。

同时,主办方继续联合行业机构举办各项主题论坛活动,除以技术交流及行业发展为主题的高端论坛外,主办方重点打造观众体验活动。广州车展品牌活动——汽车动态演示在展馆北广场上演,专门开辟 7000 平方米超大体验区,设置更多新颖刺激的体验科目供现场观众免费体验。在车型方面,除了传统的 SUV 外,新能源车型的加入也带来了更加特别的驾乘体验。在展馆 B 区,“2015 广州国际电动汽车产业高峰论坛暨高工电动车全国巡回调研闭幕”、“2015 汽车服务行业对接交流会暨珠三角地区维修企业采购洽谈会”等备受期待的活动也同期举办。

出人意料的是,随着二手车成为行业热点,资本和风投大举进入,新的企业不断涌现,各种经营模式进入市场接受洗礼。为了促进二手车行业的健康发展,同时为业界提供一个互相交流的机会,在本届广州车展同期举办的“中国汽车互联网创新大典”中,专门开设二手车主题论坛,深度探讨行业现状与变革。

有人会问,新常态下,中国汽车市场的新风向究竟是什么?也许燃油供求矛盾与环境污染问题的出现,加速了新能源车辆技术的兴起与应用;移动互联网及 IT 技术的成熟,使得智能汽车触手可及;持续增长的汽车保有量,在带来拥堵问题的同时,也为二手车及后市场打开了机遇之门。基于此,明年的中国汽车市场将呈现怎样的竞争格局和增长态势,敬请期待。(北商)

