



新一年乘用车市场呈现八大看点



A

政府出手救市令人企盼

去年年末,发改委等10部委联合发布《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》,以稳汽车消费来托住商品消费“大头”。重点是有序推进老旧汽车报废更新,持续优化新能源汽车补贴结构,促进农村汽车更新换代。进一步落实全面取消二手车限迁政策,对二手车经销企业销售二手车,落实

适用销售旧货的增值税政策。鼓励限购城市优化机动车辆限购管理措施,有条件的可采取适度盘活历年废弃的购车指标等办法,更好满足居民汽车消费需求。

上述政府救市政策方向明确,今年能否落实,具体还是要看不同地区如何实施。

B

乘用车“老大”花落谁家

上汽大众销量连续5年保持国内第一,与同门兄弟一汽大众的差距缩小,从上半年的4万辆锐减至下半年不到5000辆。主要原因还是一汽大众在SUV产品的陆续投放和上量。

一汽-大众2019年将加大新产品再导入,今年将有大众、奥迪及新品牌累计28款新车型投放市场;尤其是SUV产品的继续扩张和捷达品牌的正式推出,将产生一定幅度的额外增量。

而反观上汽大众,近来被爆出的“压库”风波,可能将使今年的销量受到一定程度影响。

2019年乘用车“老大”是谁,很有悬念。



去年车市跌宕起伏,新一年乘用车市场注定不会平静,看点多多,给行业带来新考量、新机遇。

E

三四线城市贡献度提升

去年受到低线城市与地区购房热的影响,不同级别城市与地区对车市的贡献度也发生了明显的变化。从目前城市级别规模以上工业增加值情况来看,一二线城市增速出现下降趋势,而三四线城市在逐步上升。相比大都市的白领阶层,三四线城市的中产阶层不必面对房贷压力,物价和服务类价格也相对便宜,拥有更多的可自由支配财产和更高的消费力,消费信心指数较高。基于此,对2019年三四线城市汽车消费上升保持乐观。

F

“双积分制”将改变新能源汽车市场格局

新能源汽车补贴注定将退坡,全面履行“双积分制”,从“拿补贴”到“满足法规”,将使短期市场产生明显联动,也将改变市场格局。合资车企的新能源产品将在近几年大量进入市场,对原先几乎垄断市场的自主品牌形成直接竞争;豪华

品牌在应对“双积分制”上,会选择中国作为纯电动车生产国,这样不仅能满足“以生产”为考核标准的中国“双积分制”,还能兼顾尚不成熟的全球市场。另外,2018年~2019年合资车企将推出约25款插电混动车型,会不可避免地侵占原先自主品牌在插电混动的市场份额。

C

豪华车增速趋缓 盈利提高

虽然国产豪华车在去年整体表现强势,但增幅从上年的22.3%下降到16.5%。今年豪华车市预计销量增幅将进一步放缓,可能跌入个位数增长。另外,中国从今年1月1日起到3月31日暂停对美国生产的进口汽车及零部件加征关税3个月,但之后政策如何变化,将很大程度上取决于中美贸易谈判的进展。值得注意的是,车市入寒,一些进口豪华车存在价格不降反升的现象,最典型的就是雷克萨斯的加价行为和全新宝马X5官价提升。预计进入2019年后,豪华车仍将在进口车引入和盈利性上占据主导地位。

G

SUV将兴起第二波浪潮

SUV车型在去年的表现让很多人认为SUV热度已过,但SUV车型并不会因为一年遇冷就被认定达到峰值水平。初步统计,2019年~2020年将上市的全新或换代SUV(含新能源汽车)将达到200款,远多于其他车

型。随着外资车企在华发力,预计SUV将在今年兴起第二波浪潮。外资的SUV战略将对严重依赖SUV的自主车企带来巨大的压力。SUV的增速将因为基数和占比已到达一定规模而趋缓并回归理性。

H

自动驾驶业的新变量

在经历了3年多的火爆之后,去年自动驾驶圈回归冷静,开始专注将概念落地到市场。进入2019年,自动驾驶行业已明显分成两个领域:一是前装领域,二是出行服务领域。对于有实力的巨头公司来说,可以双管齐下,用前装市场的收入带动L4出行服务的前瞻布局,争夺行业最终的话语权。

未来几年,自动驾驶行业的核心商业模式将遵循传统汽车供应链模式发展。与其说是更寒冷冬天的开始,倒不如说是市场真正成熟化的开始。在此背景下,自动驾驶业的商业变量已从模式的创新转变成底层产品的突破,并成为拉动相关产业链发展、实现转型升级的重要路径。(据《新民晚报》)

D

合资车企下探低价位市场

今年一汽大众将一些车型制造安家于成都,表达了用中低价位车型发力中西部市场的决心。车型定位将低于现在的大众和斯柯达品牌,主要竞争对手为自主品牌。通用则利用GEM平台为出发点发布多款车,涵盖现有别克和雪佛兰两大品牌,Onix和Tracker将成为今年上市的两款GEM

车型,定位于经济型市场。

无论是大众、通用或是其他合资品牌,都已经朝着产品下探的方向发展,形成具有差异化的产品结构和品牌策略,这是抵御国产豪华品牌产品下探和优质自主品牌产品上探的有效做法之一。