



人民币汇率“破7”：

汽车进出口孰喜孰忧

8月5日，一则消息掀起汽车界波澜——人民币兑美元“破7”关口，突破人民币汇率的支撑点。汇率波动与汽车进出口息息相关，究竟孰喜孰忧？

“进口”波澜不惊

如果单从汇率变动的角度来看，受到影响最大的莫过于进口车市场。有分析认为，人民币汇率“破7”，进口车的成本将增加，会引起进口车市场的价格上浮，势必造成消费者的观望情绪增加，从而进一步影响下半年进口车市场。另外，汇率变动很可能会造成消费者担心进口车价格出现上涨，而出现提前购买的现象。然而，与曾经关税调整时的车企反应不同，目前还没有车企公开表示因为汇率的波动而调整旗下车型的售价，特斯拉、林肯等外资车企负责人明确表示，目前不会调整价格。中汽协会副秘书长师建华指出，进口汽车的消费人群相对购买力较高，且刚需消费的比例不高，受汇率的影响不会太大，短期内不会造成进口汽车售价的改变。

具体来看，对于大的主机厂，内部都有相应的汇率对冲机制，汽车的成本价和成交价之间有很大的缓冲带，不会立刻造成终端市场价格波动，而对平行进口车市场影响相对会大一些。而对传统车企来讲，由于指导价和终端

成交价不完全一致，完全可以通过终端非市场手段来调节应对汇率的变化，但对以进口业务为主的车企来说，稍微会改变它的盈利，比如保时捷、雷克萨斯、特斯拉等车企的盈利水平将稍微受点影响。

“出口”迎来利好

汇率变动对汽车出口则是一个利好因素，将导致出口价格下降，使出口车企更具竞争力，日本、韩国等很多国家都采取贬值的措施来保护本国汽车产品在海外竞争力。人民币贬值会在一定程度上促进汽车出口，今年上半年，中国汽车出口额达到71亿美元，汽车出口56万辆，同比增长4%。全国乘联会最新预测，汇率变动后，今年汽车出口将迎来利好，突破100万辆。

不过，由于汽车出口受多重因素影响，自主品牌的价差与跨国公司相比非常明显，所以汇率小幅变化不会对汽车出口有特别大的影响。由于出口的国别不同，外加出口量并不多，汇率波动对汽车出口的影响程度也将不尽相同。一方面，汇率变动不会立刻触发出出口车市场的价格波动，汽车出口对于企业整体来说只占一小部分，短期汇率的变化不会立刻改变市场的终端售价。另一方面，海外经销商也会盯着我们的“钱包”，要求降价并延缓付款时间，

以降低其资金成本。

然而，人民币汇率“破7”，对于出口目的地是美国的车企却称不上好事。由于美国对华一直都在不断加税，中国出口美国的汽车都使用美元结算。如果人民币贬值，那对于中国汽车出口企业来说，可能得不偿失。此外，人民币贬值从一定程度上会促进出口业务。但未来若出口比例有明显提升，汇率波动影响将会加大，当前，国际经贸单边主义和贸易保护主义加剧，不确定因素与风险也随之增加。有业内人士直言，人民币汇率调整对于汽车出口来说，是把双刃剑。要想保持出口市场持续向好的发展，出口企业务必“眼睛向内”，在提升产品竞争力、增强品牌国际影响力等方面狠下功夫。

引发“蝴蝶效应”

聚焦国内汽车行业来看，眼下车市遇冷，行业发展正处于敏感的过渡期，外部政策调整与贸易波动都有可能触动内部变化，从而引发行业内的“蝴蝶效应”。

人民币汇率变动带来的影响不仅体现在整车进出口方面，还与零部件产业链息息相关。相比整车产业，汽车零部件企业对汇率的敏感度更高。一方面，中国汽车及零部件出口贸易中，零部件所占份额要远高于整车。另一方面，在与他国的汽车贸易中，中国

零部件出口远大于进口。在近5年的汽车行业出口类别中，零部件基本保持在75%以上。

汇率波动对零部件企业影响首先来自于营收层面，进而带来毛利率的变动。若产销量不变，成本在境内的企业因出口价格会随汇率波动，导致出口销售额也相应波动，最终净利润将受到较大影响。而以境外公司运营为主的企业，因其成本在境外，汇率对出口业绩的影响则相对较低。若不考虑成本在境内境外，汇率对毛利率以及净利的影 响会随进出口贸易方的不同而变动，粗略来算，人民币兑美元汇率每贬值0.1，净利润影响6%以上。因此，对于我国零部件出口企业而言，人民币贬值虽然有利于其出口业绩增长，但从境内成本角度来看，其净利润实际上会进一步缩减。

汽车进出口市场发展受到多方面因素的影响，汇率变动只是其中之一，汇率“破7”不会造成过多影响，不应以一时的汇率变化来衡量市场变化。人民币兑美元“破7”后，央行在第一时间迅速发出回应：此次汇率波动是市场行为驱动并决定的，无需过度关注。目前，人民币汇率既可能贬值，也可能升值，双向浮动是常态。因此对于车企来说，更应以平常心理性对待汇率波动，至于未来汽车进出口走势如何，有待进一步观察。（据《新民晚报》）

中国新车质量大幅提升

全球领先的消费者洞察与市场研究机构J.D.Power(君迪)近日发布的2019中国新车质量研究(IQS)显示，中国汽车行业新车质量问题数明显减少，整体新车质量大幅提升。研究包含的67个汽车品牌中，52个品牌的表现均优于去年。

今年是J.D.Power连续第20年开展中国新车质量研究(IQS)。该研究重点考察了拥车期为2至6个月的新车车主遇到的质量问题，新车质量得分以平均每百辆车问题数(PP100)表达，得分越低，表明问题数越少，质量也越好。

研究显示，今年行业平均新车质量得分为95个PP100，比去年减少10个PP100，提升幅度高达10%。8个研究类别中的6个类别都有所提升，其中改进幅度最大的是车身内装（减少2.9个PP100）、音

响/通讯/娱乐/导航(减少2.9个PP100)和座椅(减少2.2个PP100)。

J.D.Power对中国汽车市场的跟踪研究显示，中国汽车行业的整体新车质量在经过5年平稳期之后，终于在今年取得了大幅进步。值得注意的是，这样的进步是在车市销量不佳的情况下取得的，实属不易。

J.D.Power研究发现，虽然行业整体新车质量明显改观，但一些消费者集中抱怨的问题却未能得到有效改善：今年消费者抱怨最多的前20个问题共产生51.4个PP100，高于去年的49.9个PP100，且其中12个问题点的表现比去年有所退步。

此外，虽然自主品牌问题数为所有品牌原产国最多，但与自身相比进步明显，问题数从去年的115个PP100下降至今年的

101个PP100，进步幅度为12%，且八大问题类别中的7个类别均有进步，唯一退步的问题类别是发动机/变速系统（增加2.1个PP100）。过去3年中，自主品牌和国际品牌的平均质量差距保持在14个PP100，今年两者的差距缩小至9个PP100。

在今年的IQS中，奥迪(73个PP100)荣获豪华车细分市场新车质量第一名；雷克萨斯和保时捷(76个PP100)在豪华车细分市场新车质量中并列第二名；东风悦达起亚(83个PP100)摘得主流车细分市场新车质量第一；MINI(86个PP100)排名第二；北京现代、广汽本田与吉普(89个PP100)并列第三；广汽传祺(90个PP100)连续7年获中国自主品牌第一。

（据《新民晚报》）