

下半年车市运行呈现六大看点



刚过去的上半年中国车市，似乎陷入了低迷的谷底，虽然6月进行了苦苦挣扎，但惨淡的形势还是令厂商们叫苦连天，也令他们对下半年车市感到茫然。下半年的车市究竟会怎样？颓势是否会止步、好运能否到来？市场正凸现六大看点。

减产成主旋律

今年上半年，中国车市需求走低，销量的快速下滑已超出预期。对于各车企来说，下半年的压力将会更大，年初制定的全年销量恐难完成。按照目前的销量走势，减产将成为缓解压力的途径之一。

目前，众多主流合资企业已经在着手制定下半年的产销计划和商务政策，下调销量预期、降低产能利用率、减少经销商库存已成为趋势。日前，福特宣布小幅减少在华产能；宝马中国也表示，已经在削减在华产能，并减少向经销商供应车辆；与此同时，一汽-大众也表示，下半年要控节奏，为第四季度的冲量蓄势。预计减产将成为下半年车市的主旋律。

“降”字依然当头

尽管上半年的车市已出现过几波降价高潮，但从过往规律看，厂商往往在下半年投入的降价力度更大。从目前的情况看，时间已过半，大多数车企没完成既定销售目标，可以判断，下半年车市依然将是“降”字当头。现在离传统的“金九银十”销售旺季还有两个月时间，合资品牌价格还有下降空间，在这两个月的淡季里，继续降价促销的可能性最大。而对于自主品牌，本身定价相对较低，并且上半年销量也相对乐观，因此大幅降价的可能性不大。到了旺季，各大厂商必将抓住最后的机会，以完成全年的销售目标。因此，届时价格战一定会愈演愈烈。对消费者来说，相对于上半年合资官降的雷声大雨点小，下半年的降价潮或许会有更多实实在在的优惠。

新车投放加速

市场日渐疲软，新车上市则是提振市场的一针强心剂。然而，今年上半年扎堆上市的新车反响一般。据统计，各大车企在前6个月总计推出300余款新车（含微客、皮卡）。预计下半年，各车企将不遗余力，加快新车投放力度，战局将继续升级。在广州车展前后，大批新车将扎堆上市，以刺激市场。

下半年，上市新车的最大特点莫过于各大车企都紧跟热潮，扎堆推出SUV车型。在豪车品牌方面，下半年即将推出的24款新车中，SUV车型达到10款，占比接近50%。而包括东南汽车、东风风神、吉利汽车、绅宝、比亚迪、幻速、昌河、众泰、江淮、哈弗等13个自主品牌，也将推出20款SUV，占比也将超过五成。而日系、韩系车企下半年也将有多款SUV重磅车型上市，将进一步加剧竞争的激烈程度。在轿车市场销售乏力的情况下，下半年的新车投放大战将是一场SUV车型之间的大战。

新能源车涨势可期
新能源汽车上半年保持高速增长的态势，同比增长3倍，呈现出巨大的增长潜力。在这背后，则是政策的不断加码及车企不断地开拓新产品。今年以来，在基础建设方面，打破充电桩的瓶颈已经成为政策发力的又一着力点，广州、成都、上海、北京、杭州等地都相继出台了扶持政策。这意味着基础设施这一新能源汽车发展的最大瓶颈，在未来一段时间会得到极大的改善，将加速刺激新能源汽车的普及，尤其是下半年的市场。

为了进一步搅动新能源车市场的活力，《新建纯电动乘用车企业管理规定》已于上半年正式出炉，并下调了新进电动车生产企业的准入门槛。为了抢占未来新能源汽车市场的制高点，新品投放正呈现出不断加速的状况。知豆、比亚迪、宝马、大众、通用、特斯拉等相继推出了庞大的市场计划。预计下半年在政策的持续发力以及车企加速布局的背景下，新能源汽车市场的涨势可期。

自主品牌压力增大

上半年，在自主品牌看似漂亮的整体增速数据下，正掩盖着更大的危机。随着市场竞争的激烈，自主品牌保增长的难度将会在下半年进一步增大。上半年，尽管自主品牌凭借SUV和MPV这两大细分市场的布局，连续夺得了更多的市场份额，但合资品牌的降价，使得本来就没有品牌溢价能力的自主品牌很难长时间招架。在几乎已经没有什么降价空间的情况下，如何应对合资品牌的连续价格下探，拷问着自主品牌企业。

另外，本土车企在SUV上的成功，难以掩盖轿车大幅下滑的尴尬。上半年，本土车企在轿车上表现毫无亮点，市场占有率持续下降，不得不靠SUV的销量上涨弥补轿车销量的下滑。轿车毕竟是乘用车最大的细分市场，要想在未来市场赢得更多份额，必须盘活轿车市场，形成有效发力点，这将是考验下半年自主品牌表现的最大课题。

日系品牌任重道远

今年上半年，日系车企走出低谷，增长态势明显，但从上半年的情况看，日系车整体回升的情况还不是很稳定，波动性仍然比较大，市场占有率和销售量时好时坏。由于各个日系合资车企的战略调整思路不同、战略改革不彻底，造成了他们眼下市场不均衡的状态。

事实上，日系品牌要想实现真正的市场回归还有待时日，这也要求各个日系车企无论是在新产品布局还是营销战略方面，都要有品牌优势和连贯性部署。眼下，国内车市已经逐步回归微增长的新常态，今年甚至出现了价格战的苗头，这意味着日系车企在一定程度上失去了扩大产能、发力追赶的外部市场环境。如何实现内部调整，找到更多利于发展的杀手锏，实现终端市场的持续回升，仍将考验日系车企接下来战略调整的力度，这显然是个任重道远的课题。

（新民）