

车企呼吁回归理性竞争



大部分业内人士认为,汽车市场的价格竞争已经超过了良性竞争的范围。有专家担心,当降价降到成本线,车企努力降本就难以避免会影响质量,需要对市场竞争行为进行管理和规范。

汽车行业的价格竞争究竟有多激烈?按照中国汽车工业协会统计,去年以来汽车零售价已下降了约20%。

国家统计局数据显示,今年4月,新能源小汽车的价格同比下降了6.5%,这一趋势在5月份和6月份持续,并且在6月份,新能源小汽车和燃油小汽车的价格分别下降了6.0%和7.4%,降幅均继续扩大。

需要指出的是,价格竞争并没有换来销量实实在在的提升。

长安汽车副总裁王辉呼吁,国家部委及相关部门要加大监管力度,同时给予品牌宣传有效的监管指导,打击虚假夸大、无序竞争、恶意抹黑的非正常宣传行为,避免透支社会和用户对行业的信任度,打造更公平、透明的竞争环境。

价格竞争从“让利”到“让本”

比亚迪的价格竞争力毋庸置疑,高度垂直一体化、技术创新等能力让比亚迪成为国内新能源车企中仅两家盈利的企业之一,在价格竞争中一直占据“主动”,也成为很多次价格竞争的发起者。

正是基于这样的地位,比亚迪品牌及公关处总经理李云飞谈到比亚迪对“卷”的理解是,中国汽车是越卷越强,越卷越好。

“最近这三五年的产品,确实越卷越好,服务越卷越好,品质越卷越好。出口越卷越多,市占率越卷越高,全球排名前列的品牌中,中国品牌的身影越来越多,增长率也越来越高。”李云飞说。

不能否认,中国新能源汽车是在激烈的市场竞争中成长起来的,在“三电”、智能化、自动驾驶领域跑出来了领先优势,让很多外资品牌深感难以追赶,也因此,欧美陆续出台了大幅提高关税的贸易政策,封堵价廉质优的中国新能源汽车快速占领市场。

当价格竞争从“让利”几乎打到“让本”,更多市场参与者对价格竞争程度之激烈深恶痛绝。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋说,传统企业既要进行燃油车的节能改造,又要发展新能源汽车,企业双线作战,当前经营压力持续加大,行业上下倍感焦虑。

吉利控股集团高级副总裁杨学良直言,在相对稳定的市场需求下,不顾质量和安全,不顾行业法规要求,只为一己市场份额,扰乱竞争秩序,对行业来说是饮鸩止渴,必须研究如何走出无序价格竞争怪圈,走向健康的竞争世界,走上规范的发展轨道。

奇瑞汽车副总经理王琅亦表示,正常的市场竞争是市场经济发展、企业追求领先的必经之路,但过度竞争既不利于企业自身的健康发展,更不利于整个产业生态的长期可持续发展。奇瑞认为向下卷是没有出路的,只有向上走,提升品牌的价值,向左向右走,拓宽产业园,做大朋友圈,合作共赢才是出路。

“行业竞争日趋激烈,产品的同质化严重,价格竞争在所难免,由此带来的优胜劣汰、兼并重组也是必然。”江淮汽车集团董事长、总经理项兴初说,市场化竞争确实能够促进产业的不断进步,但不当的恶性竞争并不利于整个产业的可持续与健康发展。破除无序价格竞争难题的关键,是要坚持以用户为中心,通过持续的科技与产品创新来满足用户的差异化需求,并真正为消费者创造附加价值等。

“价格战”是否已近尾声

大部分业内人士认为,汽车市场的价格竞争已经超过了良性竞争的范围。有专家担心,当降价降到成本线,车企努力降本就难以避免会影响质量,需要对市场竞争行为进行管理和规范。

在不久前的吉利汽车一季度业绩交流会上,吉利汽车集团CEO淦家阅说,中国摩托车行业曾经风靡全球,东南亚几乎全部都是中国生产的摩托车。随着各企业疯狂降价,从压缩利润空间,再到压缩质量空间,结果是中国摩托车如今在东南亚几乎不见踪影。中国新能源汽车产业要警惕,切莫重蹈摩托车行业的覆辙。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青表示,随着竞争对手的跟进和反击,市场最终会在更低价格水平上重新达到均衡,但会带来企业收益降低、研发创新能力弱化、供应链价值链受损、市场观望情绪加重、产品质量下降等问题,甚至形成市场“降价—市场观望—销量下滑”和企业

“降价—被动跟进—亏损增加”的双重恶性循环。

目前,以宝马汽车为代表的外资车企开始通过实际行动放弃进一步的价格竞争,不再“降价保量”。公开信息显示,宝马7月起陆续上调各系新车价格,大部分车型已开始回调价格,燃油车价格上涨幅度不一,从几千元到上万元不等。通过减少销售量来缓解门店的经营压力,意在帮助经销商应对短期市场挑战,缓解业务压力,稳住价格预期和品牌价值。

另有消息显示,奔驰、奥迪等车企也陆续开始回调价格,大众、丰田、本田、沃尔沃等跨国车企纷纷跟进,调整终端政策,降低终端优惠力度,或表示不再进一步降价。此外,有造车新势力品牌取消了此前进行的价格优惠和变相补贴。

相关职能部门和机构对汽车价格竞争问题高度关注,并开始频频表态。杨学良透露,有关部门负责人近日在内部会议上,深入研究了维护汽车行业良好发展环境的重要话题,并作了重要指示,加强行业自律迈出了重要一步。

工业和信息化部副部长辛国斌公开表示,我国汽车产业发展面临一些问题和挑战:国内消费需求不够旺盛,市场竞争异常激烈,出现了一些无序竞争的现象,不少企业利润下降甚至亏损,企业间拖欠账款情况增多。这些现象影响和冲击了产业链供应链的稳定。

王青建议,对于企业“市场化”降价为价,要站在稳产业、稳市场的立场,从全局和长期利益出发考量。有时企业行为看似合理,但如果对市场竞争、市场预期、盈利能力造成明显不利影响,就是不合理、过度。需明确管理主体责任,建立投诉调查的触发机制,在时限内发布评估结果和意见。

付炳锋认为,中国在汽车产业转型中取得了成绩,也碰到了前所未有的困难,引起一些发展中的普遍焦虑,甚至导致发展危机,这是产业发展过程中面临的考验。在行业发展遇到的每个困难时期,政府部门都作出了积极的战略指引和政策推动,帮助行业、企业持续发展。相信在相关部门的指导和帮助下,汽车行业能克服当前困难。王鹤

公司

问界5年内 欲冲刺年销百万辆目标

“去年问界新M7还没有上市之前,我们经历了一个非常艰难的时期,面临各种各样的非议。自去年9月开始,AITO问界进入到高速增长阶段,终于迎来了爆发期。”7月29日,在AITO问界第40万辆新车下线暨M9第7万辆交付仪式上,华为常务董事、终端BG董事长、智能汽车解决方案BU董事长余承东表示。

官方数据显示,问界M9上市至今,累计大定突破11万辆;问界M7累计交付量突破20万辆,“赛力斯已基本实现单一车型年销10万辆目标,正在冲刺单一品牌年销百万辆目标。”赛力斯集团董事长(创始人)张兴海表示。

同时,张兴海宣布,赛力斯启动了对华为深圳引望智能技术有限公司(以下简称“引望”)的投资,支持引望成为世界一流的汽车智能驾驶系统及部件产业领导者。

5年内冲刺年销百万辆目标

华为与赛力斯的联合业务始于2021年,双方跨界合作陆续推出了问界M5、M7、M9等车型。“赛力斯与华为牵手合作之初,没人相信我们能成功。”张兴海认为,现在看来,赛力斯与华为双方建立的开放性商业模式是正确的。

财报数据显示,在今年盈利之前,赛力斯已连续亏损了4年,累计亏损金额约98.35亿元。其中,2023年,赛力斯净亏损近24.5亿元。对此,赛力斯方面解释称,这主要是由于问界M9、M7等研发投入较高,导致研发费用、人工成本等综合成本较高。同时,为了实现销售上量,公司加大了销售渠道建设和市场营销投入。

直到今年第一季度,赛力斯结束了连续四年的亏损状态,迎来了首个季度盈利。财报数据显示,2024年第一季度,赛力斯实现营业收入约265.61亿元,环比增长38.61%,同比增长421.76%;归属于上市公司股东的净利润为2.2亿元,较上年同期(-6.251亿元)增加了8.45亿元,实现扭亏为盈。

7月9日晚间,赛力斯再度发布2024年半年度业绩预盈公告称,预计2024年半年度实现营业收入639亿元到660亿元,同比上升479%到498%;预计2024年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为13.9亿元到17亿元,与上年同期相比,将实现扭亏为盈。“今年上半年业绩预盈主要原因之一是,2024年上半年,公司超额完成了倍增计划,产品结构向上明显。”赛力斯方面解释称。

官方数据显示,2024年1~6月,赛力斯新能源汽车累计销售约20.09万辆,同比增长348.55%。其中,2024年1~6月,问界全系列车型累计交付约18.12万辆,对赛力斯今年上半年销量贡献度超90%。“预计到今年秋天,问界M7和M9将迎来销售的新一波增长和高峰。”余承东称,可能再过两三个月,AITO问界将迎来50万辆新

18.12万

辆

官方数据显示,2024年1~6月,赛力斯新能源汽车累计销售约20.09万辆,同比增长348.55%。其中,2024年1~6月,问界全系列车型累计交付约18.12万辆,对赛力斯今年上半年销量贡献度超90%。

车下线,很快还会迎来100万辆新线下线。

据张兴海透露,赛力斯的目标是,AITO问界在5年内实现年销百万辆。“问界M9和AITO问界融合品牌做到单一车型、单一品牌站稳行业领先地位,这一目标我们一定要实现。”张兴海强调称。

拟投资华为子公司

在下线仪式上,余承东表示,华为与赛力斯的跨界合作才刚刚开始,双方将持续深化合作。

就在7月28日晚间,赛力斯发布《关于筹划对外投资的提示性公告》(以下简称公告)称,在引望与相关方前期工作进展的基础上,公司启动与引望及其股东方加入对引望的投资,具体投资金额、交易方式、交易价格需以双方签订的最终交易文件为准。“我们与公司股东协商差不多了,可以做这个事情。”张兴海说。

公告显示,引望成立于2024年1月16日,由华为技术有限公司100%持股,注册资本10亿元。公司从事汽车智能系统及部件解决方案研发、设计、生产、销售和售后服务,主要业务范围包括汽车智能驾驶解决方案、汽车智能座舱、智能车控、智能车云、车联光等。

引望自成立以来,就被认为是承载华为车BU过往能力的新公司。“引望正在做余承东说的5个方面(即智能座舱、智能驾驶、智能车控、智能网联、智能电动)‘遥遥领先’的事,我们要去参与,并继续支持这家公司。”张兴海称。

在下线仪式上,余承东对外表示,在智能座舱、智能驾驶、智能车控、智能网联以及智能电动方面,华为要做到业界最好的体验。

方正证券在最新研报中表示,此次赛力斯发布投资引望的公告,预示着其与华为合作有望由业务合作转变成股权投资,双方绑定继续深化。公告显示,目前,赛力斯与华为暂未签署相关投资协议。截至目前,华为技术有限公司仍持有引望100%股权。不过,赛力斯方面在公告中明确,若交易完成,引望公司将成为赛力斯参股子公司,公司合并报表范围不会发生变化。

李星

资讯

上半年汽车行业利润率为5.0%

持续上演的“价格战”正在摊薄车企利润。日前,国家统计局发布数据,2024年1~6月的汽车行业收入47672亿元,同比增长5%;成本41730亿元,同比增5%;利润2377亿元,同比增10.7%;汽车行业利润率5.0%。6月汽车行业产业链的总单收入33.3万元,产业链单车利润1.3万元。

数据还显示,2017~2023年汽车行业当期利润率分别为7.8%、7.3%、6.3%、6.2%、6.1%、5.7%、5.0%。2024年上半年利润率为5.0%。结合前几年,汽车行业利润率呈下行趋势。

“汽车行业利润率下滑,我认为有几个方面的原因:第一是产业层面的原因,今年上半年燃油车销量规模和利润下降导致研发投入产出比失衡。第二是传统工业造车模式上的利润不断地被透支、被摊薄。另一方面,电子科技造车环节,比如三电和智能化软硬件目前尚未盈利。”汽车十三行创始人王鑫表示。

“相对于下游工业企业利润率6.4%的平均水平,汽车行业仍偏低。”乘联会秘书长崔东树表示。

此外,多位业内人士认为,汽车行业利润下滑与上半年持续上演的“价格战”直接相关。为了抢夺更多市场份额,或者保住原有市场占有率,今年以来,数十家车企采取了“以价换量”的竞争策略。据光大证券研报不完全统计,仅今年前4个月,就有近40个汽车品牌共128个车系宣布优惠、补贴或降价。陈茂利

比亚迪在深汕 竞得两宗新能源产业用地

7月29日,深圳市深汕特别合作区成功挂牌出让两宗新能源产业用地由深圳比亚迪汽车实业有限公司摘得,用于建设深汕比亚迪汽车工业园二期气囊、天窗、车架等零部件项目,进一步保障比亚迪新能源汽车核心零部件及关键技术国产化,完善深汕新能源汽车产业链。

深汕比亚迪汽车工业园二期位于小漠和鹅埠片区,总投资200亿元打造新能源汽车整车制造及核心零部件生产基地。目前,深汕比亚迪汽车工业园二期小漠西地块厂房已实现单班达产,小漠东地块和鹅埠片区地块正在加快建设。此外,一期项目为新能源汽车零部件产业项目已实现满产。三期项目主要建设电池PACK线及新能源汽车核心零部件工厂已于近日签约。

随着深汕比亚迪汽车工业园这个新能源汽车“超级工厂”落地投产,深汕特别合作区已吸引京西重工、力勃科技、东风李尔、佛吉亚、壁虎科技、延锋国际等超20家新能源汽车产业链头部企业落地,深圳新一代世界一流汽车城核心承载区正在加速集聚赋能。

刘淑芳

观察

中国车企加速车机交互研发 提升驾乘体验

“嗨,NOMI”“你好,小祺”……在近日结束的第21届长春国际汽车博览会上,各大中国品牌展厅内人头攒动,蔚来、理想、小鹏等展台上,帮助实现导航、调温等操作的专属唤醒语此起彼伏,吸引众多消费者驻足体验。

这届长春国际汽车博览会聚焦智能网联新能源产品和技术,共有124家汽车品牌参展,展出车辆1100台,其中新能源车307个,吸引观众22.6万人次。此外,还有来自俄罗斯、韩国、巴基斯坦等17个国家的百余位嘉宾观展洽谈。

“很惊艳,试乘体验感很不错。”汽车行业从业者李明言对最新投入量产的AITO享界S9赞不绝口,“悬浮式中控屏、全液晶仪表非常亮眼,后排扶手触摸屏、投影仪同样提高了实用性”。

观察发现,在新推出的国产车型中,搭载先进车机交互技术的占据了半壁江山,受到更多消费者青睐,“360度全方位语音识别更精准”“导航可以投屏,不用做‘低头族’了”“后排也有了大屏幕,适合全家出游”……

近年来,中国汽车行业加快智能化、网联化变革,国产车企将车机系统的深度开

发作为除自动驾驶外的另一个转型重点,纷纷推出搭载先进车机系统的新款车型。

盖世汽车研究院发布的《2024年1~5月智能座舱领域供应商相关排行榜》显示,国内供应商正在快速崛起,并展现出卓越的市场竞争力。以座舱域控供应商为例,亿咖通、车联天下等中国品牌供应商表现抢眼。

“车企及供应商加大研发投入,推出更智能化、个性化的座舱域控系统,以满足多样化需求。”观展业内人士祝晓龙说,红旗、蔚来等品牌的部分车型将中控延伸到副驾驶前屏,理想、广汽等品牌配备了后排移动式屏幕,同时车机支持的程序也越来越丰富,“部分车机系统还具备情感交互能力,更加信息化、人性化”。

这一点不仅在长春汽博会上得以体现,从近年来举办的各地车展反馈中也可见一斑。在愈加成熟的车机交互技术驱动下,车辆不只是交通工具,而是逐渐成为“大号终端”,激发越来越多消费者的购买欲望。

在今年4月举行的2024北京国际汽车展览会上,车联天下与哪吒汽车、高通联合发布舱驾融合平台,其沉浸式图形图像、超

高清信息娱乐和游戏显示屏备受关注。6月,粤港澳大湾区车展上,配备15.6英寸旋转悬浮Pad、手机NFC车钥匙等交互功能的比亚迪秦系列,同样可圈可点。“部分新款刚到店就售出十多辆,消费者以年轻群体居多,车机设计与出行需求的适配度越来越高。”AITO授权用户中心体验顾问李博说。

中国汽车工业协会发布的数据显示,今年上半年汽车销量为1404.7万辆,同比增长6.1%。“20个城市启动‘车路云一体化’试点,9家企业开展智能网联汽车生产准入和上路通行试点,组合辅助驾驶功能的汽车销售占比超过50%。”在今年7月举办的2024中国汽车论坛上,工业和信息化部副部长辛国斌这样表示。

受访行业专家认为,智能网联汽车正迈入全面迭代发展的新阶段,将成为汽车行业发展新质生产力的重要阵地。多位从业人员表示,随着智能化技术的不断进步,车机交互系统将成为未来汽车的标配,并随着5G技术的普及和人工智能的发展,车机交互系统将更加智能和人性化,进一步提升驾乘体验和车辆的安全性。

金津秀