

前四个季度全国汽车销量同比下滑12.12%

哪家车企跌势最惨？

□文/图 半岛记者 贺鑫一 实习生 王一行

继2018年全国汽车销量下滑近3%之后,2019年1月至4月的全国汽车销量数据依然不容乐观。根据近日中国汽车工业协会发布的数据,今年1月至4月份,中国汽车产销降幅比1月至3月略有扩大,销量同比下降了12.12%,市场表现远不及去年,绝大多数品牌都处于负增长状态。

倒是新能源车市一片欣欣向荣景象,前四个月销量同比增加了59.79%。受此影响,经销商的库存指数已经连续5个月高于警戒线,包括长安及其合资品牌、PSA集团所辖品牌均“压力山大”,而日系品牌倒是在下滑的市场环境下,表现出较强的走势。

汽车市场全面下滑 独新能源保持势头

根据中国汽车工业协会最近发布的数据,1月至4月,中国汽车产销838.86万辆和835.33万辆,同比下降10.98%和12.12%,与1月至3月相比,降幅分别扩大1.17个百分点和0.80个百分点。其中,乘用车产销同比下降13.56%和14.65%,商用车产销同比增长3.13%和1.49%,乘用车成为市场领降的“重灾区”。

进入4月,中国汽车行业继续承受较快下降的压力,行业产销整体下降的趋势没得到有效缓解,当月汽车产销环比和同比均呈较快下降。

根据业内人士分析,目前汽车市场低迷的主因是消费信心不足,由于对国家刺激消费政策的期待,消费者观望情绪明显。但是,随着国家减税、降费等政策的逐步落地,基建投资对消费市场的促进作用将逐步显现,故此中国汽车工业协会对全年的汽车市场稳定发展充满信心。

值得一提的是,中国新能源汽车发展依然迅猛。1月至4月,中国新能源汽车产销分别完成36.76万辆和36万辆,比上年同期分别增长58.47%和59.79%。其中,纯电动汽车产销比上年同期分别增长66.05%和65.20%,插电式混合动力汽车产销比上年同期分别增长36.32%和43.66%。

而与此同时,当前全国汽车经销商库存预警指数却依旧位于警戒线之上,继去年连续12个月高于警戒线、今年前3个月高于警戒线之后,4月仍没有摆脱这一现状。中国汽车流通协会公布的数据显示,2019年4月,汽车经销商库存预警指数为61%,环比上升5.7个百分点,同比上升6.47个百分点,经销商的压力越来越大。

大众依然盘踞第一 日系车飞速攀升

前四月销量统计排名中,一汽大众、上汽大众和上汽通用的地位没有变化,但上汽通用22%的跌幅十分危险。吉利汽车前四月以44.3万辆排名第四位,与排名第三上汽通用的差距不到3万辆。

非常值得关注的是,除东风日产前四月销量跌1.2%,一汽丰田小幅下跌外,其余三家日系车企均实现增长,其中东风本田和广汽丰田的增幅均在20%以上。此外韩系车代表的北京现代,销量



车市繁华背后,亦有隐忧。



日系车厚积薄发,今年表现十分强势。

相对平稳,1月至4月以23.7万辆仍排在前十车企名单中。

再从4月份单月的销量数据来看,南北大众仍以较大优势占据前两名,上汽系企业跌幅较大,日系厂商普遍逆势攀升。豪华品牌北京奔驰和华晨宝马销量同比仍有两位数的增长。

南北大众的强势地位依然是它的独特优势,受市场环境的影响4月份两家公司出现不同程度的下滑,但仍以合计达到28.6万辆的销量占据中国19%的市场份额。4月份一汽大众销量达到14.6万辆,同比下滑8.4%;上汽大众为14.06万辆,同比下滑12.6%。

上汽通用曾是与南北大众比肩的车企,但在4月份的跌幅最大达到40%,排名落到第五位,相继被东风日产和吉利汽车超越。上汽通用的终端降价一直都比较大,但在持续下滑的市场趋势下并不奏效。

吉利汽车、长城汽车和上汽乘用车是自主品牌排名前十的三家车企。吉利汽车4月降幅达到23.7%,凭借销售基数大领先众多合资车企,依然排名第四位。长城汽车是为数不多保持正比增长的自主车企,销量趋于平稳,与持续的新车攻势及加大终端市场降价力度相关,昔日百万销量的长安汽车,再次跌出前十榜单。

日系品牌和一线豪华品牌实现逆势

增长依然是4月的亮点。4月份日系车企销量数据普遍喜人,在前十排名中占据了四位。东风日产以近10万辆的销量数据首次登上第三位;广汽本田同比增长23.8%达到6.58万辆,升至第六位;一汽丰田排名第八,同比增长9.1%至6.3万辆;东风本田和广汽丰田增幅均在25%左右。日系车企不同程度的增幅,在普遍下滑的主流合资品牌中形成巨大反差。

此外,豪华车市场也在持续增长,其中北京奔驰4月销量同比增长14.4%达到4.76万辆,华晨宝马增幅也达到25.8%。

长安汽车全线下跌 1月至4月同比降32.5%

在汽车市场大潮回落之时,原本强势的品牌也是负增长,但好在能够支撑,但原来较为弱势的品牌,则在这波退潮中,表现得尤为吃力。比如2018年净利润同比暴跌九成,今年一季度巨亏21亿的长安汽车,旗下无论自主还是合资品牌,已持续多月销量下滑,也是导致利润下滑至亏损的主要原因。4月份数据中,长安汽车继续全线下跌。

长安汽车4月销量为12.1万辆,同比下滑35%,1月至4月累计销量达到

57万辆,同比跌32.5%。自主品牌、长安福特和长安马自达均下滑严重,其中长安福特的形式更为严峻。

长安乘用车板块主体重庆长安4月销量同比下滑44%,前四月累计22万辆继续下跌30%。曾是百万销量企业,但长安自主品牌效应已大幅下降,销量跌势持续,4月份经销商库存系数更是达到3.4,是库存最高的品牌。

长安福特曾贡献长安汽车80%至90%的利润,随着销量断崖式下滑,长安汽车也由盈利转为亏损,让人唏嘘不已。长安福特1月至4月销量仅为5.16万辆,同比下降70%,而2018年长安福特销量已下跌50%,而前些日子长杨高等一批汽车职业经理人加盟长安福特,希望能在危急之时带来转机。

长安福特下滑如此快,主要与车型处于产品末期、三缸新技术应用、产品口碑等相关,中国汽车销量接连下滑,进一步加快长安福特的销量跌势。

长安马自达4月销量不足万辆,同比下降近一半,1月至4月仅销售4.2万辆,同比下滑32.6%。如今中国市场变化加快,产品更新换代速度也不断被压缩,可惜长安福特和长安马自达并没有事先意识到问题,导致产品力落后于竞争对手,进而导致销量急速下滑。

目前来看,长安汽车的处境非常不乐观。

市场被不断挤压 日系车未来何在？

与长安持续下滑一样明显的,还有神龙汽车。根据最新数据,4月份神龙汽车双品牌售出新车9543辆,同比下滑65.3%,今年1月至4月累计售出新车44201辆,同比下滑60%。

神龙销量持续下滑是不争的事实,2018年已跌至25.34万辆,只是没想到进入2019年的神龙汽车,销量跌幅会扩大至60%,4月双品牌销售还不足万辆。

在不久前的上海车展上,PSA集团主席唐唯实强调表示,“PSA集团是绝对不会放弃中国市场的,这点非常明确。”不放弃中国市场,这句话唐唯实已经说过好几次,但面对残酷的市场和现状,PSA将作出怎样的改变?

唐唯实认为,“雷诺和标致这两个品牌都有很深的历史积淀,但我们并没有很好地跟中国消费者沟通这两个品牌所具备丰富的历史沉淀、品牌价值以及品牌历史。这与我们品牌在华的市场传播工作有关系。”

从2015年达到71万辆的销量顶峰,跌至2018年的25.5万辆,三年时间神龙汽车竟然从一家主流合资品牌落入到边缘化品牌,不管是内部管理、产品和营销,神龙都需要自检。

总体来看前四个月表现,大众依然很稳,吉利和长城在自主中表现最抢眼,日系品牌和豪华品牌更是强势,但绝大多数品牌,都在这波寒流中遇到了一些困境。



扫码关注车市资讯 买好车 找表哥