



去年中国汽车出口突破200万辆,比前年翻了一番,自主品牌车企成绩亮眼

自主品牌汽车“出海”抢市场

文/羊城晚报记者 刘佳宁 张爱丽

2021年,中国汽车出口突破200万辆,比上年翻了一番,实现历史性突破;新能源汽车出口更是呈现爆发式增长,同比增长304.6%。在汽车出口的大潮中,自主品牌车企的成绩更为耀眼。

近期,多家车企发布2021年年度销量数据,从中可见,在自主品牌高端化、智能化的推动下,自主品牌车企出海拓展市场成效显著。谋求海外市场突破,成为不少自主品牌车企实现销量提升和国际化的重要途径。



上汽大通积极开拓海外市场,2月海外销量为4742台

受访者供图



今年至今,南沙汽车口岸出口量超25000辆

图/通讯员 关悦

69.7万辆 上汽夺中国海外销量榜首

数据显示,2021年,上汽集团海外总销量为69.7万辆,同比增长78.9%,连续第6年夺得中国车企海外销量榜首。旗下多个自主品牌车型出海态势强劲。2021年12月,上汽集团旗下的大通宣布将正式出口北美市场,进一步拓展其国际化版图。此举将是上汽大通MAXUS推进全球化战略的重

要落子,更为品牌全面抢占美洲市场撬开关键“突破口”。北美汽车市场作为全球三大汽车市场之一,有着极其成熟的市场体系,吸引着全球主流品牌汇聚,竞争空前激烈,新晋车企“入局”将面临高难度挑战。上汽大通的“破局”,为竞争激烈的北美市场带来新的自主品牌劲旅力量。

上汽大通MAXUS公布数据显示,2022年2月当月销量10522辆,同比涨45%;海外销量为4742辆,同比增长16.3%。几乎占据销量的“半壁江山”。据介绍,上汽大通MAXUS继智利、澳洲市场跻身“3万辆级、5万辆级俱乐部”后,2月再获英国累计销量破万辆、北美迅速破千辆的好成绩。

相关新闻

广州海关创新方式助力企业出海

文/羊城晚报记者 汪海晏

自主品牌车企积极出海的同时,助力企业出海的服务也在不断创新。

近日,经广州海关所属南沙海关放验1974辆出口商品汽车从南沙出口发往中东地区。这批汽车来自多个国产品牌,数据显示,今年至今,南沙汽车口岸出口量超25000辆,其中包括多个自主品牌车型,如广汽传祺的数量达到1686辆、吉利汽车为1327辆、长安汽车2134辆。今年1月31日,在广州海关所属南沙海关的监管下,1000余辆东风牌SUV、MPV等车型新车,搭乘“白羊领袖”号滚装船缓缓驶离南沙汽车口岸,奔赴智利、秘鲁等国家。据了解,今年1月南沙汽车口岸单月滚装出口突破8000辆,创单月出口历史新高。

国产汽车在国际市场竞争正逐渐增强,近年来,为

助力国产汽车“走出去”开拓国际市场,广州海关所属南沙海关建立“一揽子”通关服务机制,实现“企业一次咨询、窗口全方位答疑”,提供24小时预约通关服务,引导出口企业“提前申报”,对停靠南沙汽车口岸的滚装船实施“船到人到、即靠即查”,最大限度提升通关效率。

同时,广州南沙凭借着良好的口岸营商环境、区位优势 and 通关便利条件,累计开辟了6条外贸汽车出口航线,覆盖中东、欧洲、南美、东南亚、中北美的多个国家和地区。依托广州港全供应链物流链的运营能力,吸引了包含长安、吉利、奇瑞、中联重工等在内的10余个汽车品牌于南沙出口,覆盖轿车、SUV、重型卡车、挖掘机等数十种车型,出口至阿联酋、卡塔尔、科威特、沙特阿拉伯、墨西哥等多个国家。

专家观点

自主品牌出海迎来良机

文/乘用车市场信息联席会秘书长 崔东树

自主品牌车企出海步伐加快,得益于核心竞争力的不断提高。自主品牌车企在产品的品质、技术、产品标准等方面不断提升并与世界接轨。由此带来在全球市场上竞争力的提高,从而在海外市场获得更好的增长。尤其是自主

品牌车企电动化、智能化水平提升,再加上中国汽车产业链的强大支撑,所以在芯片紧缺的情况下,海外车企产能不足的背景下,自主品牌车企出口海外实现了较快的增长,这也为自主品牌车企出海带来一个良机。

记者手记

用技术掌舵,才能迎风远航

早年,自主品牌车企出海只是湖面的一阵涟漪,如今,这风是越来越强劲,不仅掀起阵阵浪花,还吹得岸边哪些根深蒂固的柳树枝叶轻摆。柳树,自然就是一众欧美日韩老牌车企,他们在海外市场根基深厚,要想撼动其市场地位绝非一时之功。虽然2021年中国汽车出口数量达到200万辆,但其中不仅有自主品牌车型数量也包括合资品牌数量,所以,总的来看,虽然个别车企已经迈过了10万辆级别的出海规模,但自主品牌出海的总量还很少,车型的品类丰富度还很低,海外市场的空间还很大。

不过,随着自主品牌车企加快出海步伐加快,世界车企市场格局也在发生变化。在采访中

可见,自主品牌在细分市场、新能源车市场、商用产品市场等领域开展了富有成效的开拓。如长城的车型在海外市场的售价充满自信,到比亚迪的新能源公共交通产品的受热捧,自主品牌正在以骁勇轻骑兵的模式出击。在传统燃油车市场,海外老牌车企掌握了主动权,凭借智能化、新能源技术方面的优势与经验,自主品牌寻找到一条差异化竞争之路,这也为自主品牌赢取掌握核心技术话语权的空间。以技术为纲为舵,在此基础上,整合产业链资源,结合本土化战略、强化品牌输出与渠道建设、创新商业模式等多举并用,可预见自主品牌车企在海外市场必将斩获甚丰。积水为川,聚沙成塔,希望今日之春风,会在海外汽车市场播下丰收的果实。

(刘佳宁)

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

车企新品上市仍走促销路线?

中国汽车流通协会汽车市场研究分会:新品上市对拉动销量促进巨大,但车企面临复杂环境,需更好地维护供应链的信心

中国汽车流通协会汽车市场研究分会最新数据显示,4月11日-17日,乘用车零售18.7万辆,同比下降39%,环比上周增长8%,较上月同期下降33%。今年的厂商新品上市节奏面临全盘调整,不利于地方车展的开展效果,对4月的经销商营销传播中的推广环节带来一定损失,常规燃油车销售环境受阻。

零售远未达到预期

今年4月第一周总体狭义乘用车市场零售达到日均2.5万辆,同比下降32%,相对今年3月第一周均值下降39%,由于3月最后一周的零售冲刺较猛,因此本周下降幅度较大也是正常特征。第二周总体狭义乘用车市场零售达到日均2.7万辆,同比下降39%,表现严重相对不强,相对今年3月第二周均值下降33%,由于3月中旬疫情已经出现,本周环比下降幅度较小也是正常特征。

虽然3月乘用车车市生产和批发数据相对较好,但零售远没有达到预期。3月下旬以来国内疫情反复,消费需求转弱,“三重压力”增大。疫情封锁限制供给、削弱需求,未来疫情封锁的不确定性 with 外部环境的复杂化对二季度乘用车市场产销形成巨大

的扰动。据悉,三四月份推出新车仍是促进销量的重要措施。今年的厂商新品上市节奏面临全盘调整,不利于地方车展的开展效果,对4月的经销商营销传播中的推广环节带来一定损失,常规燃油车销售环境受阻。目前仍依赖流媒体保持客户看车热情,这对新能源车购车的便利性有一定利好。受疫情等因素影响,各地分管措施的变化对物流效率造成一定影响,4月乘用车产销面临不确定状态,汽车的营销市场环境也会变得更加复杂。在充分的信息下,消费者避险静止的心态很严重。目前吉林、上海、山东、广东、河北等地经销商进店和成交都受到影响,因此乘用车零售损失较大。

研究分会认为,结合厂商批发与零售走势看,厂商批发销量下降幅度相对大于零售下降幅度,这也是相对正常的,毕竟上海和东北的车企在3月把库存基本清理了出去,厂商有效库存清零,产销品种结构严重失衡,厂商批发偏低是正常的现象,但下降幅度的严重性还是超预期的。

历年4月是新车上市发布的黄金期,三四月份的重磅新品上市对拉动市场人气和厂商销量促进巨大。但是车企面临复杂的市场营销环境,产销节奏相对被动。

根据国家统计局的各省生产数据,上海和吉林省各占全国生产的11%左右,且上海部分企业的生产满负荷运转,上海也是中国高端汽车零部件企业的核心中枢,因此4月上海、吉林等汽车产业核心地区的乘用车产销会受到比较大的影响。由于汽车产业链长,协同要求高,核心零部件生产和物流基地的停产辐射范围更广。汽车是最复杂精密的产业链体

系,如果延续时间长,汽车部件的次生灾害损失巨大。由于全国各地都有疫情扩散的风险,吉林、上海、山东、广东、河北等地经销商进店和成交都受到影响,整车物流受到各地48小时核酸证明限制,运力损失也较大。上海部分企业开启复工复产,这会对上海汽车产业重启,乃至全国汽车产业在疫情常态化下有序运转提供很大支持意义。

研究分会认为,疫情下中低端燃油车需求下滑,原因是不买车了,而不是去买新能源车。由于传统燃油车可以为社会作出巨大的税收贡献,因此建议在车市低迷时,给传统燃油车阶段性中央减税或地方补贴,稳定车市经济增长。

随着全球化的供应链面临冲击,国内需要更好地维护供应链的信心,需要创新体系的保障。汽车制造商所在的行业十分成熟,它们的生产制造是基于精密计划和长期优化后的JIT生产方式,这种模式很难应对过去一年中疫情带来的各



长城欧拉好猫在泰国市场受热捧

图/刘佳宁



比亚迪宣布再次赢得匈牙利最大公共交通运营商Volánbusz的48台12米纯电动大巴订单

品牌方供图



车企新品上市面临全盘调整

种不确定性。面对新冠肺炎疫情带来的供应延迟和芯片短缺的双重危机,汽车行业需要迅速做出反应,但从供应商到客户再到回收商,整个汽车价值链的信息都十分割裂。汽车整车企业、供应商和科技公司需要联合起来,设计一种新的工作方式。欧洲汽车行业共同推出数据交换生态系统,使各个组织能够按照自己的条件共享信息,同时保护隐私和保障安全。国内需要一个能与价值链

上的伙伴展开合作的平台,一个开拓全新竞争领域的平台。

据悉,目前世界芯片供给改善,但是高端需求低迷,汽车芯片的销售额与利润增长对上游贡献巨大。目前低端的汽车芯片是落后产能,反而成为芯片企业最大的增长。由于世界汽车企业的产业链囤积芯片,目前的汽车供给给控制带来的高销量、高利润是芯片企业最大的利润源。未来汽车芯片价格和供给会明显改善。

花小猪继续垫底

一季度网约车订单合规模率倒数第一

羊城晚报讯 记者王丹阳报道:近日,根据全国网约车监管信息交互平台统计,截至3月31日,全国共有267家网约车平台公司取得网约车平台经营许可,环比增加4家;网约车监管信息交互平台3月份共收到订单信息53859.5万单,环比下降2.2%。

从3月的情况看,在订单量超过30万单的网约车平台中,订单合规模率最高的是享道出行,最低的是花小猪出行,滴滴出行、美团打车合规模率分别位列倒数第二、第三。

此前,在今年1月、2月的订单合规模率数据统计中,花小猪出行也均位列倒数第一。

平台数据显示,3月订单量超过30万单的网约车平台共18家。按订单合规模率(指驾驶员和车辆均获得许可的订单量占比)排名从高到低的分别是享道出行、阳光出行、蓝道出行、妥妥E行、携华出行、T3出行、及时用车、如祺出行、神州专车、首汽约车、风韵出行、招招出行、曹操出行、万顺叫车、帮邦行、美团打车、滴滴出行、花小猪出行。

3月订单合规模率增长前3名的依次是首汽约车、蓝道出行、美团打车,增长较后的3名的则为曹操出行、及时用车。

在各主要中心城市中,订单合规模率最高的是杭州,最低的是石家庄。在各主要中心城市中,按订单合规模率最高为杭州。其中,杭州、厦门等10个城市订单合规模率均在80%以上。本月订单合规模率增长前3名的依次是银川、福州、青岛,增长后3名则是宁波、重庆、上海。

@胶己人

汕湛高速这段路月底“差异化降费”

文/羊城晚报记者 王丹阳

近日,记者从广东省交通运输厅获悉,自4月29日0时起汕湛高速公路汕头至揭西段将正式实施差异化收费政策,期限约为半年。差异化收费实施路段、优惠车型及实施期限有哪些?对广大“胶己人”会有哪些影响?

80多公里路段降费

此次实施差异化收费的路段为广东汕湛高速公路汕头至揭西段,主线全长86.6公里,设计行车速度120公里/小时,双向六车道,是广东省高速公路网规划中“第二横”汕头至湛江高速公路的起点段。

起点位于汕头市濠江区,经汕头市潮阳区、潮南区和揭阳市普宁市,至揭阳市揭西县大溪镇,涉及已开通的汕头南、潮阳东、潮阳北、和平金浦、铜孟、峡山、占陇、普宁东、普宁西、梅塘、钱坑11个收费站。

“差异化”最多省72元

此次差异化收费涉及车型为2型(类)货车至6型(类)货车,在差异化收费后,货车通行费可比标准收费省19元至72元不等。

其中,在差异化收费车型中,对2、3型(类)货车(含专项作业车)通行费给予85折优惠,ETC套装车辆叠加95优惠。对4、5、6型(类)货车(含6类及以上、拖挂车、专项作业车)通行费给予65折优惠,ETC套装车辆叠加95优惠。

以2类货车为例,从汕头南收费站到钱坑收费站,这段路的标准收费金额为99元,进行差异化收费(在通行费给予85折优惠,ETC套装车辆叠加95优惠)后为79.94元,可优惠19.06元。

差异后收费后优惠最高的则是6型(类)货车。标准收费金额为190元,进行差异化收费(通行费给予65折优惠,ETC套装车辆叠加95优惠)后为117.33元,优惠为72.68元。

暂定“差异收费”半年

据介绍,此次差异化收费暂定2022年4月29日至2022年10月31日共186天。

早在2016年起,交通运输部就持续鼓励引导各地积极利用差异化的政策,努力缓解路网运行中的不均衡现象及安全、效率等问题。其中,对部分地区加大优惠力度、对特定车型和路段进行优惠等差异化政策的实施,已实现交通过量与通行费收入双增的良好效果。

广东交通信息显示,汕湛高速公路汕头至揭西段横贯汕头揭阳两市、直通珠三角。预计正式实施差异化收费政策后,将进一步深化粤东区域交通运输领域供给侧结构性改革,提升该高速公路及附近路网整体通行效率,促进物流行业降本增效,带动地方经济快速发展,惠及沿线百姓。