

市场份额连降 自主品牌汽车路在何方

▶ 本报记者 于大勇报道

中国汽车工业协会近日发布的数据显示,今年6月份,国内汽车产销分别完成232.5万辆和230万辆,环比分别增长6.3%和4.8%,同比分别增长22.5%和11.6%。然而,自主品牌乘用车共销售59万辆,同比下降11.6%,占乘用车销售总量的33.5%,比上年同期下降5个百分点。这也成为2009年中汽协开始发布此项数据以来的历史最差成绩。

面对如此低迷的表现,自主品牌汽车出路在何方?

市场份额连降

“自2018年6月以来,自主品牌乘用车市场份额连续20个月呈现同比下降态势,而且2019年市场份额下降速度在加快。2020年以来,自主品牌乘用车市场份额在2—3月份出现回升,但随后又出现大幅下降。2020年6月份,自主品牌乘用车市场份额仅剩三成多。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,出现这种情况,是因为今年6月以来,一系列促进消费的政策开始发力,国内车市也随之好转,但合资品牌和豪华乘用车收益颇多,从而挤占了自主品牌的市场份额。

中汽协秘书长助理许海东也给出了类似的观点。“自主品牌市场份额下滑明显是由于今年1—3月被抑制消费的消费群体具有合资品牌车型消费能力。因此,在目前情况下,由于德系品牌产品的稳定性、日系品牌的燃油经济性等特点吸引消费者去购买,从而分流了原本属于自主品牌的消费群体。”许海东说。

在中汽协发布的2020年上半年自主品牌乘用车销量排名前十的企业中,保持正增长的仅有两家,其余八家车企均有不同程度的下滑。其中,下滑



图片来源:本报图片库

最严重的是北汽、上汽和东风,同比分别下滑67.1%、35.9%以及33.4%。

“疫情给中低收入人群带来的冲击更大,这是造成自主品牌市场被抑制的重要原因。”许海东表示,在疫情影响下,自主品牌价值不及合资品牌的劣势开始凸显,从而导致销量下滑。

新能源汽车销量下滑

与自主品牌乘用车表现类似,新能源汽车表现也不尽人意。今年上半年,我国新能源汽车产销量分别为39.7万辆和39.3万辆,同比分别下降36.5%和37.4%,降幅比1—5月略有收窄。

“自去年新年开始,受新能源汽车补贴退坡政策影响,市场出现了抢购热潮,提前透支了部分购买力,同时也抬高了对比基数,再加上今年上半年新冠肺炎疫情的影响,双重因素导致今年上半年

半年新能源汽车市场数据不太好。”许海东说。

来自乘联会的数据显示,今年上半年,自主品牌新能源汽车销量为22.1万辆,同比下降57%。其中,一季度销量为8.3万辆,同比下降65%;二季度销量为13.8万辆,同比下降51%。

“自主品牌新能源汽车走势总体不理想。”崔东树介绍,自主品牌企业在新能源汽车市场的表现都较差,销量下滑幅度均超过50%。

崔东树表示,就6月份的相关数据来看,电动汽车高端化趋势明显,A级及以下电动汽车销量同比下降56%,B级及以上电动汽车销量却同比增长8倍。其中,外商独资品牌与合资品牌新能源汽车表现较好,成为新能源车市的重要增长力量。“总体而言,呈现出高端车型走强,低端车型走弱,两极分化的态势。这对高端市场不占优势、严重依

赖中低端市场的自主品牌而言,绝非佳音”。

前路漫漫信心仍在

“当前,车企分化走势加剧,SUV增长红利不复存在,新能源汽车市场的高增长也在逐步降温,合资品牌向下布局入门级市场,存量竞争白热化,自主品牌市场份额逐渐被挤压。多数企业体量持续低于盈亏平衡点,预计部分企业将逐步深化车型精简及整合平台策略优化成本。自主品牌车企在传统燃油汽车和新能源汽车两个领域危急!疫情本不该是淘汰赛,活下去才能在竞争中优胜劣汰。”崔东树说。

对于自主品牌车企未来的发展,专家表示,困难不小,但希望仍在。

“疫情给消费带来了不小的影响,今年国内车市可能会有10%的降幅,但

三四季度可能会有小幅增长。”在徐海东看来,随着我国整体经济形势向好,购买自主品牌的中低端消费人群被抑制的需求会得到释放,自主品牌的市场份额应该会止跌甚至略有回升。

对于自主品牌车企在新能源汽车领域的发展,徐海东坦言“仍需努力”。“特斯拉进入中国市场后不受疫情等大环境影响,销量一骑绝尘凌驾于其他国产新能源车型之上。这对自主品牌而言是一场挑战。当前,国内新能源汽车市场正在趋于两端,广汽新能源、比亚迪等自主品牌都在推出高端品牌,代表着新能源汽车市场有两个方向:一个是高端电动汽车趋近于传统燃油汽车的驾乘感;另一个是四五线城市短距离市场。自主品牌不能躲避这两个方向,不但要和特斯拉正面竞争,不钻空子,也要得到低端市场对电动车的认可。”

专家表示,随着车市下行压力下的竞争加剧和消费者购买力的逐步升级,自主品牌仅靠低价谋销量很难支撑持续发展,布局高端化势在必行。

对此观点,崔东树表示赞同。“消费者的购买力逐步升级,尤其是目前换购群体的比例逐步增大,消费均价逐年走高的趋势十分明显。在新能源车型方面,乘联会的统计数据 displays,今年上半年,A00级、A0级、A级纯电动汽车销量分别下滑58%、63%和52%,但B级纯电动汽车销量增长876%。在传统燃油汽车领域,自主品牌新车交易均价从2017年的8万元上升至今年的9.3万元”。

“高端化道路并非适用所有自主品牌。”在崔东树看来,自主品牌应拒绝盲目追求高端化,需要从多方面进行突破。“只有掌握核心技术,推出切合市场需求的高质量产品,并把握好细分市场及价格定位,才能让自主品牌高端化的尝试落地生根。”

产业资讯

我国软件业务收入上半年同比增长6.7%

本报讯 近日,工业和信息化部发布最新数据,今年上半年,我国软件业完成软件业务收入35609亿元,同比增长6.7%,增速较去年同期回落8.3个百分点,较一季度提高12.9个百分点。今年上半年,全行业实现利润总额4241亿元,同比增长1.3%,扭转前5月负增长局面,但较上年同期回落8.6个百分点。

今年上半年,我国软件业实现出口223亿美元,同比下降0.4%(上年同期为增长2.6%),降幅较一季度收窄12.8个百分点。其中,外包服务出口同比增长4.6%,嵌入式系统软件出口同比增长5.4%。

分领域看,软件产品收入稳步增长。今年上半年,软件产品实现收入9615亿元,同比增长3.3%,增速较上年同期回落10.8个百分点,较一季度提高13.5个百分点,占全行业收入的比重为27.0%。其中,工业软件产品收入达到893亿元,同比增长5.2%,占软件产品收入比重为9.3%。

值得关注的是,信息技术服务收入增速持续上升。今年上半年,信息技术服务实现收入21583亿元,在全行业收入中占比为60.6%,同比增长9.5%。

戈清平

今年上半年家电零售规模达3690亿元

本报讯 中国电子信息产业发展研究院近日发布的《2020上半年中国家电市场报告》显示,今年上半年,我国家电市场零售额规模为3690亿元,同比下降14.13%,作为市场日趋饱和和的耐用品,家电消费受新冠肺炎疫情冲击明显。疫情之下,家电全行业拥抱直播带货,家电领域直播场次超百万场,达成交易额逾千亿元。

《报告》显示,随着疫情防控向好态势发展和各项促消费政策的落地生效,厂家商家积极调整措施到位,市场销售明显好转,迅速复苏至去年同期水平。今年二季度,我国家电市场零售总额达2486亿元,两倍于一季度,同比增长2.64%。互联网零售渠道对家电市场的快速复苏起到关键作用。《报告》显示,今年上半年,我国线上家电产品零售额为1913亿元,同比增7.23%,线上渠道占整体家电零售额的比例达51.84%,家电成为继图书、3C电子产品后,又一个线上份额超过半壁江山的产品门类。

从产品看,今年上半年,绝大多数家电品类出现不同程度的市场萎缩,遭遇“量额齐跌”,但消毒柜、末端净水设备等以除菌消毒为主打功能的产品销售增长明显。

孙杰

二季度全国工业产能利用率74.4%

本报新 国家统计局近日发布的最新数据显示,今年二季度,全国工业产能利用率为74.4%,比上年同期下降2.0个百分点,比一季度上升7.1个百分点。上半年累计,全国工业产能利用率为71.1%,比上年同期下降5.1个百分点。

分三大门类看,今年二季度,采矿业产能利用率为72.1%,比上年同期下降2.5个百分点,比一季度上升5.0个百分点;制造业产能利用率为74.8%,比上年同期下降2.1个百分点,比一季度上升7.6个百分点;电力、热力、燃气及水生产和供应业产能利用率为70.6%,比上年同期下降0.2个百分点,比一季度上升2.8个百分点。

分主要行业看,今年二季度,煤炭开采和洗选业产能利用率为69.6%,化学原料和化学制品制造业为74.2%,非金属矿物制品业为68.2%,黑色金属冶炼和压延加工业为78.4%,有色金属冶炼和压延加工业为79.2%,通用设备制造业为77.3%,专用设备制造业为77.6%,汽车制造业为74.6%,电气机械和器材制造业为78.1%,计算机、通信和其他电子设备制造业为78.4%。

王雨阳

中国长城(天津)基地自主安全电脑在天津滨海高新区下线

本报讯 (记者 李争粉) 近日,中国长城(天津)基地自主安全电脑暨天津网信事业配套保障产品下线仪式在天津滨海高新区海洋科技园举行。

据了解,中国长城(天津)基地由中国长城旗下天津长城计算机系统有限公司承载运营。该项目主要服务华北地区,生产以PKS体系为核心架构的国产化自主安全电脑,建设国产化自主安全数据中心,满足全社会、多领域、全行业的自主安全信息化产品需求。该项目一期计划投资1亿元,年产自主安全电脑30万台,预计年产值18亿元,于2020年6月签约落户天津滨海高新区海洋科技园,7月开建,仅用近20天时间,就完成了项目建设、投产工作,创造了中国长城生产基地建设史上的“最快纪录”。

天津滨海高新区党委书记、管委会主任单泽峰表示,中国长城天津基地产品下线,将构建起基于“飞腾+麒麟+长城电脑”的全产业链条,进一步增强天津滨海高新区信创产业在全国的领先优势。未来,天津滨海高新区将为中国电子提供更专业、高效的贴心服务,助力中国电子发展更广泛的

布局大产业、大项目,也衷心希望中国长城充分发挥信创“国家队”“主力军”的作用,与天津滨海高新区携手共创美好未来,为建设“中国信创谷”作出新的更大贡献。

据了解,此次中国长城国产化自主安全电脑下线是天津滨海高新区服务天津滨海新区发展大局,发展网信产业,实现网络强国战略的重要体现,也是积极引育新动能,加快推进高质量发展的重要成果。该项目依托中国长城在自主安全电脑产业领域的技术优势、产业优势、生态优势,打造一个立足天津、辐射京津冀、面向环渤海的自主安全电脑智能制造中心,将在天津滨海新区内形成全国产化的CPU—操作系统—整机产业链条,对天津滨海新区乃至天津市完善网信产业生态具有举足轻重的战略意义。未来,中国长城将以天津滨海高新区为载体,打造以国产化自主安全电脑为核心的上下游产业链集中心,充分发挥网信产业国家队、主力军、排头兵的职责,夯实网信产业安全基座,服务地方经济社会发展,助力天津滨海新区打造中国特色网信产业样板高地。



图片来源:天津滨海高新区

烟台高新区企业院所为我国首次火星之旅贡献力量

本报讯 (记者 戈清平) 从烟台高新区管委会获悉,在7月23日我国发射的首个火星探测器——“天问一号”中,位于烟台高新区的航天科技集团五院513所承担研制了系统管理单元、数据接口单元、工参处理单元3台分系统核心产品,以及冲击传感器、压力传感器、磁强计工程化等研制任务,为我国首次火星之旅贡献了高新力量。

航天科技集团五院513所承担的系统管理单元是数管分系统的核心,负责接收地面发送的遥控指令和注入数据,并执行遥控直接指令等多项功能。数据接口单元是数管分系统进入舱数据管理的核心,负责接收环绕器转发的遥控指令和注入数据,完成指令和数据分配等功能。工参处理单元属于火星

探测器着陆巡视器工程测量分系统,用于完成分系统多个传感器设备的控制工作,以及测量数据的采集、存储及传输;同时该分系统还配置了冲击传感器和压力传感器,用于获取探测任务过程中进入着陆阶段相关信息的采集。

在产品研制过程中,513所研制团队始终以“严肃、谨慎、细致、踏实”的工作作风,以高标准的工作要求确保产品质量,项目实施提前谋划、提前协调、提前跟踪,各类资源保障及时,克服各种困难,圆满完成产品研制和交付任务。

此外,在长征五号发射任务中,还首次使用了全国产化软硬件设备替代以往的进口设备,其中包括以自主芯片为基础的服务器、交换机、桌面终端、存

东莞市电子信息产业协会:为“东莞智造”插上腾飞翅膀

▶ 管科轩 王祥明

及智能手机、移动终端、机器人、智能制造、通信、软件、电子、电器、机械、新材料等领域。同时,集聚了东莞市电子信息产业的国内外知名企业,涵盖日商、韩商、美商及我国台湾地区等世界500强企业及国内外上市公司、高新科技企业、民营科技企业,以及东莞市电子信息百强企业。

东莞市电子信息产业协会20年的成长史,印证着东莞电子信息产业的发展脉络。上世纪90年代中后期,适逢我国台湾地区电子信息产业开始大规模向祖国大陆进行转移,东莞抓住机遇,大量引进合资电脑资讯产业项目,促进了产业结构的升级,电子信息制造业异军突起,一举成为东莞市最大的工业支柱产业。

进入新世纪,东莞市从最初的纯粹加工工厂角色转变为区域电子信息产业的中心区之一,东莞市众多外资电子信息制造企业也从原来的纯粹来料加工工厂,逐渐转变为具有部分生产经营自主权的企业。此时,越来越多企业开始转变观念,加快产业结构转变和产品升级。在这一过程中,东莞市电子信息产业协会扮演的“引路人”角色极为重要。

近年来,东莞市电子信息产业协会建立了东莞市首个广东省级公平贸易工作站,旨在帮助企业应对国际贸易摩擦;经东莞市科协批准建立首个优秀科技服务站,被东莞市工商局授予“消费维权服务站”,服务消费者;成功承办东莞创新论坛、召开学术年会、参与制订东莞制造2025规划、撰写行业情况分析报告,为东莞市创新发展建言献策。

从2016年起,东莞市电子信息产业协会连续承办中国加工贸易产品博览会的“智能手机及移动终端产业展”“世界智能移动终端产业高峰论坛”,为东莞智能手机和移动终端产业发展作出了重要贡献,并被加博会组委会授予优秀组织奖、突出贡献奖。

东莞市电子信息产业协会会长钱济高表示:“风风雨雨20年,东莞市电子信息产业协会的发展与东莞的发展保持同步。未来,东莞市电子信息产业协会将继续发挥平台作用,服务政府、服务企业,让企业借助粤港澳大湾区建设的大机遇,赢得高速发展、高质量发展,为东莞电子信息产业持续发展作出应有贡献。”