

2020车市：负增长下机会在哪儿？

对于2020年中国汽车市场的走势，不少机构及专家均认为不甚乐观。

在“2020中国汽车市场发展预测峰会”上，中国汽车工业协会秘书长助理许海东表示，预计2020年汽车销量为2531万辆，同比下降2%。不同机构对2020年我国车市的预期均为负增长。谷歌大中华区资深预测算法顾问丁思涵通过基于80个变量的数学模型，预测今年我国车市降幅为6.6%。IHS Automotive中国区销量预测高级经理林怀

滨预测的中国轻型车(6吨以下)销量为2477万辆，同比下降0.33%。其中，乘用车销量为2143万辆，同比增长0.59%。国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青则预计，2020年中国汽车市场降幅将大幅收窄，中长期销量仍处于4%~5%的潜在增长区间。

也有专家持谨慎乐观态度。在全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树看来，预判2020年国内汽车销量或增长1%。其中，乘用车销量或增长1%。

三大负面因素影响

一是宏观经济稳中有降；二是底层消费者就业及消费受损；三是中美经贸摩擦持续发酵。

短期内，影响2020年车市的负面因素并不会消失。例如，在谈及住房对汽车消费的挤压效应时，王青表示，我国居民杠杆率从20%上升到50%仅用了10年时间，过高和发展过快两大矛盾在短期内消化不了，不可避免地对汽车消费产生较强的抑制作用。调查显示，目前我国没有负债的居民占比为44%。其中，作为汽车消费主力的“90后”，人均负债12万元。

有专家表示，作为重要的支柱产业，汽车工业和

GDP呈现一定的正相关关系。除非GDP增速跌破5%，否则政府不太可能再出台类似于此前购置税优惠的强刺激政策，尤其在中美“脱钩”趋于长期化的背景下。

分析影响2020年国内车市的不利因素，中汽协方面认为2%负增长的结论基于以下三个方面：一是宏观经济稳中有降；二是底层消费者就业及消费受损；三是中美经贸摩擦持续发酵。这三大因素还将在“十四五”期间持续影响汽车市场。

向存量市场转变

高房价透支居民购买力，并进一步影响劳动力成本和企业生产经营成本。市场需求趋于阶段性饱和。

国家统计局工业司副司长江源表示，2018年中国汽车产量出现自1990年以来首次年产量同比下降，也是28年来首次下降，降幅为4.1%，2019年继续下降。江源表示，汽车市场这种下降不是偶然的个别因素所导致的，而是短、中、长期多种因素交织叠加共同作用的结果。

从短期因素看，汽车排放标准提高的进程过快，“国五”“国六”排放标准切换和老旧车型的政策缺乏有序合理的过渡安排，导致预期不稳，部分消费者购车和换购观望情绪加重。从中期因素看，高房价透支居民购买力，形成对居民消费的挤出

效应，居住类支出占居民消费支出比重持续大幅上升，累积效应正在逐步显现，并进一步影响劳动力成本和企业生产经营成本。从长期因素看，中国汽车产量从1990年的不到100万辆增长到2017年最高时的2900万辆，连续十年位居世界第一。前几年，汽车市场之所以还能维持增长，主要得益于乘用车向四五线城市和农村市场的下沉，以及一二线城市消费者SUV车型的换购。现在，SUV和普通轿车的产销比例已接近1:1，这两个支撑目前都遭遇瓶颈，市场需求趋于阶段性饱和，汽车市场进入存量市场竞争阶段，阶段性放缓难以避免。

汽车市场结构性增长

高端车型是未来消费主流；新车和二手车两大市场的互动性增强

多个因素影响2020年汽车市场走势，包括“汽车领域的消费刺激政策”因落地时滞或效果不及预期引发消费者观望，一定程度上延缓购车需求；“国六”提前实施和增值税下调，引发消费者对进一步降价的预期。实施区域多，影响面积大，对消费者心理、厂家排产和经销商都带来巨大影响。

从另一个角度看，豪华车销量逆势增长显示了消费升级的趋势。值得关注的是，二手车市场的表现好于新车市场。

中国汽车流通协会会长沈进军认为，这些特点充分反映了国内汽车市场已经进

入存量市场。“过去大家更多关注增量，而现在汽车保有量已经达到2.5亿辆，存量市场成为必须要面对和关注的焦点。需要盘活存量来拉动增量，通过提高置换率来拉动新车销售，增强新车和二手车两大市场的互动性。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊表示，与发达国家相比，我国的二手车市场潜力远没有释放。罗磊称，中国二手车市场保有量今年将突破2.7亿辆，超过美国，成为全球第一大二手车保有量市场。“重视二手车流通，会让我们的新车卖得更好。”今年会是二手车市场更加蓬勃发展的一年。

深化供给侧改革

要建立以客户价值为中心的生态圈，在电动化和智能化的战略转型中加快变革。

目前，汽车工业总体下行压力较大，但积极因素也在增多。例如，汽车行业新品推出较快等，尤其是智能网联汽车陆续推出，对年轻消费群体起到积极的拉动作用。当下的汽车产品已经不是单一的零部件组装，互联网技术的应用让中国制造的汽车已经走在了世界的前端，甚至形成了西方国家汽车企业竞相模仿、学习和合作的趋势。

沈进军认为，目前以产品为导向的汽车产业链模式已不可持续，必须对其进行重构，要建立以客户价值为中心的生态圈。汽车生产企业应改变生产方式，将“以

产定销转为以销定产”，更加关注渠道的健康程度，并对合理的库存达成共识。同时，经销商要将核心的竞争力聚焦到提升运营效率、提高消费者体验和满意度上。

国家发改委产业发展司处长吴卫认为，中国汽车产业应承担新的使命，要做到三个方面：第一，必须摆脱“依附于人”和“受制于人”，真正形成自立、自强、敢于创新的优势。第二，通过改革开放和市场竞争实现真正的优胜劣汰，培育优秀企业。第三，充分发挥我国超大规模的市场优势，在电动化和智能化的战略转型中加快变革。

防止掉入多元化陷阱

不少企业在脱实向虚后陷入困境，增强危机紧迫感更为重要。

江源指出，汽车行业有不少热衷于追求风口，急于实现追赶式、跨越式发展和弯道超车的企业，其缺乏打造百年老店的实业心态，主业尚未深耕就掉入多元化陷阱，在脱实向虚后陷入困境。

正如中汽协副秘书长姚杰所言，相比所预测数据本身，找到市场下跌原因，增强危机紧迫感更为重要，这才是汽车行业高质量发展的动力。

(摘编自新浪、搜狐等媒体综合报道观点)

2020汽车零部件行业发展趋势

《汽车产业中长期发展规划》指出，要突破车用传感器、车载芯片等先进汽车电子以及轻量化新材料、高端制造装备等产业链短板，培育具有国际竞争力的零部件供应商，形成从零部件到整车的完整产业体系。到2020年，形成若干家超过1000亿元规模的汽车零部件企业集团，在部分关键核心技术领域具备较强的国际竞争优势。

各级供应商现状

整车厂的直属配件厂或子公司、跨国汽车零部件公司在国内的独资或合资公司、规模较大的民营汽车配件企业构成了汽车产业链上的主要一级供应商。

二级供应商竞争较为激烈，产品技术水平、价格、成本是竞争实力的关键因素。该类企业对市场反映灵敏，经营机制灵活，产品专业性较强。该层次内龙头企业部分产品可以达到世界先进水平，目前处于高速发展阶段。

三级供应商主要为规模较小的零部件供应企业，它们依靠部分低端配套产品和为中小型配套企业加工维持经营，规模较小、抗风险能力较差、缺乏核心竞争力。

行业仍有巨大空间

我国汽车零部件行业产值在汽车工业总产值中的比重相较国际平均水平仍然偏低。因此，无论是从我国汽车行业增长空间，还是我国汽车零部件行业产业结构调整 and 升级的规律来看，未来几年，我国汽车零部件行业仍有巨大发展空间。

尽管汽车消费市场转冷，但我国汽车零部件领域的创新要素已经形成一定积累，创新环境逐步向好，同时，零部件行业作为我国构筑汽车行业整体竞争力的重要组成部分，仍拥有较大的发展机遇。

产业布局集群化 产品生产集成化

出于降低运输成本、缩短供货周期、提高协同能力的目的，国内汽车零部件企业一般选择在整车厂附近区域设立生产基地，因而产业布局集群化的趋势越发明显。此外，整车厂为了有效降低生产成本、缩短开发周期、提高产品竞争力，在产品开发时普遍采用系统化开发、模块化制造、集成化供货的模式，从而对零部件供应商集成化生产能力的要求也越来越高，并最终促使国内汽车零部件厂商的生产模式逐步向系统化、模块化方向转变。

产业整合重组加快

消费者对汽车的价格敏感性变得更为强烈，从而对零部件企业的成本控制水平提出了新的要求。零部件产品生产具有较强的规模和品牌经济效应，通过大规模的组织生产、运输能够有效降低生产成本，提升产品供货能力及品牌知名度。因此，通过整合内外部资源，提升整体规模并降低生产成本将是零部件企业未来着力提升的核心竞争力之一。

模块化与轻量化 推动产业变革

由于汽车制造水平的要求越来越高，新技术逐步得到完善并应用到生产环节。随着模块化技术的逐步推广，汽车制造商将大幅减少汽车零部件采购数量，同时推动采购模式由“单品采购”变为“模块采购”。零部件产品单一的厂商未来或将被整合，甚至被市场淘汰。汽车的核心零部件的创新为优秀零部件厂商带来发展机遇，并最终帮助其实现弯道超车。未来，新能源汽车、电机壳体、底盘副车架、转向系统等都将采用更轻、更高强度的材料以减轻重量。(王文)