


潜望 | 中国汽车业遇冷：产线延期复工、4S店全面停摆 全球供应链受拖累

 new.qq.com/omn/FIN20200/FIN2020021400169100.html

汽车市场不太可能会出现大家所说的“车市小阳春”，这段时间很多人的工资都不知道能不能照常发，甚至有人因为失业还需要重新寻找工作，怎么可能重金投入到汽车这种大部头消费上。

《潜望》 李思谊

中国汽车市场在2020年“开门遇冷”。

2月13日，中国汽车工业协会（以下简称：中汽协）公布的2020年1月份产销数据显示，2020年1月汽车产销量分别为178.3万辆与194.1万辆，相比2019年同期分别下降24.6%与18.8%。

中汽协表示，突如其来的新冠肺炎疫情，打乱了行业的正常运行节奏，短期内汽车的生产和销售将受到巨大冲击，零部件供应体系被打乱；从长期来看，疫情的“蝴蝶效应”会逐步显现，或将影响未来全球汽车产业格局。

不出意外的话，2月的汽车行业或将更加惨淡。

大部分产线预计17日开工，零部件供应影响中外汽车制造商

“一线厂房原计划2月4号复工，后来推迟到了2月10号，目前又推迟到了2月17号，但是是否能够确定开工还需要经过监管层的批准。”一位日系品牌汽车制造商对《潜望》表示。

他说，工厂开工时间大概率可能继续延后至2月24日，目前行政岗位与其他不非生产线部门规定“确实有必要且身体条件符合”的员工可到岗工作，其他人员须在家办公。

他进一步解释，由于公司总部位于湖北武汉，许多家在武汉的管理层1月21日放假后回家过年，“武汉封城”导致其近期内无法到岗，目前仅能通过远程手段处理工作。同时，许多重要零部件都在武汉当地生产，目前上游的零部件供应一定程度上也存在问题。

另一家汽车制造商一汽-大众与该日系品牌情况类似。生产线工人目前仍未上班，非产线部门要求2月10日到岗，但目前到岗人员也是春节期间未离开长春的工人。到岗标准为，工人每天测量3次体温、满足每人每两天一个N95口罩、午餐全部为自热餐等。

中国汽车工业协会于2月13日表示，截至2月12日，183个整车生产基地中，有59个基地开始复工复产，占比32.2%。但《潜望》进一步了解，复工部门大多为非一线部门，产线部门仍未正式复工。

生产线的复工投产仍然受汽车产业链条上多种因素的影响，尤其是工业化生产带来零部件全球化供应及物流的畅通与否，不仅是中国汽车制造商，甚至还包括外国汽车制造商。

上述日系品牌员工告诉《潜望》，即使复工也不能保障产线正常运转。“汽车制造商的工厂更多类似于组装厂，”他说，不仅仅是那些采购零部件的供应，一些零部件供应商的工人就在该工厂流水线旁组装单元件，这些供应商的工人是否到岗也直接影响产线运转。

北京奔驰2月6日向其供应商所在地监管部门发函内容显示，该工厂仅有一天安全库存，一旦停限产超过一天，都将导致北京奔驰停产。该公司在天津市武清区有19家供应商，这19家供应商的复工情况将直接决定了北京奔驰的复工。

由于中国汽车零部件供应中断，目前多家海外汽车制造基地或受影响。根据海关总署的统计数据，2019年中国汽车零部件出口额超过600亿美元，其中外资企业在华子公司对外出口占据40%。

日产汽车位于九州的两条产线将于本月中旬停产，起亚汽车位于韩国的三家工厂在2月10日和11日全部停产，现代汽车位于韩国的工厂目前也均处于停产状态，雷诺三星汽车从2月11日起在釜山停产4天。

FCA（菲亚特克莱斯勒）与捷豹路虎虽然并未停产，但此前也频频预警，新冠可能导致供应链中断，威胁其工厂的正常生产进度。

经销商：新车和售后都没了市场，上半年注定亏损

大多数汽车制造商采取经销商品牌许可模式，汽车制造商通过经销商向用户销售汽车和提供售后服务。因此，作为汽车制造商与客户间纽带的经销商，最先感受到来自市场端的变化。

“对汽车经销商的影响估计比主机厂更大。”河南地区的经销商王先生告诉《潜望》，对于主机厂来说，通过减产可以暂时应对；但对于汽车经销商来说，不仅仅是卖车难，更重要的是承担利润绝大部分的售后服务没了着落。

王先生在河南地区投资了东风悦达起亚、广汽菲克、东风风行、一汽丰田等品牌在内的4家汽车经销店。根据王先生介绍，与新车销售相比，售后服务是汽车经销商的绝大部分利润来源，高端品牌约为60%、合资品牌约为80%、有的小众品牌甚至可以达到100%。

王先生经营的四个品牌都纷纷提出了“松绑”的商务政策，但各家的力度不一，“风行将2月的任务从80辆减到20辆；起亚不设任务，提车数量根据经销商意愿；菲克说法比较笼统，没有提出具体的政策。”

事实上，大多数汽车制造商针对新冠影响对经销商推出相应“减压”政策。如：一汽-大众、沃尔沃、北京现代、比亚迪、广汽传祺等不再设定2月份销售目标，一些汽车制造商还设立了经销商综合补贴、汽车金融扶持政策等。

但这些扶持政策似乎并不能解决汽车经销商们的生存难题。根据王先生介绍，目前所经营的几家4S店均处于停业状态。附近的4S店虽然开业，也仅是派关键岗位到店，如财务人员、销售人员与技师各一名。“关键是没有客户到店，大家都不出门，保养的几乎没有，更别说是买新车了。”

虽没有进账，但正常开销并不会减少，如房租、公关费用、商务考核费用、工资奖金等。根据王先生介绍，在三四线城市，经营一家规模60人左右的4S店，不计入提车部分所采用的金融授信额度，每月需要的周转资金约为50万元。

“从一月份开始就要亏钱了，二月份目前看也打了水漂。”王先生告诉《潜望》，往年的“春节前购车潮”在今年一月份并未出现，原因在于以家庭为单位的市场饱和度相对比较高，以目前的收入水平与消费水平，三四线城市家中购买第二辆车的可能性较小。

这导致的结果是，汽车经销商在2020年开年的两个月或将出现连续亏损局面。根据王先生多年的经验，1-2月份的盈利情况，基本奠定了上半年的盈利状况。他解释称，3-4月份一般都是亏损的，需要用1-2月份的盈利去弥补3-4月的亏空。

当然，汽车经销商们也纷纷采取了一些“自救”措施，如直播卖车，与此前的意向客户进行网上互动，与汽车之家、易车等合作进行的360度VR虚拟展厅看车等。“意向客户都非常少，更别说转化为实际购买客户。”王先生表示。

谈及未来的打算，王先生告诉《潜望》，主机厂政策比较优越的，我们再坚持坚持；主机厂政策相对较差的，有可能缓一缓，不再注入运营资金，甚至可以考虑将品牌外包。

后疫情时代，是否迎来“车市小阳春”？

市场观点认为，以2003年SARS对汽车市场的影响来看，乘用车市场将会在疫情结束后迎来“小阳春”。

SARS首例病人于2012年12月住院，至2013年7月13日全球非典患者人数、疑似病例人数均不再增长，非典过程基本结束。2003年中国乘用车的销量为218万辆，同比增长72%。

中国汽车市场当时所处的大背景是，城乡居民收入的增加，使得私人购车数量选择增加，几乎50%以上的汽车需求属于私人购买，即使有疫情影响，也难以抑制“井喷”的市场需求。

如今则不然。受宏观经济放缓、消费需求提前释放、经贸摩擦带来不确定性以及网约车新业态发展等多方面因素影响，2019年中国汽车产销量同比分别下降7.5%和8.2%。当时，中汽协预测，2020年汽车市场降幅将收窄到2%。

中汽协在2月13日表示，疫情结束后，抑制的消费需求将会在短期内得到释放，汽车市场将会迎来一波短暂的消费高峰。全年将会呈现前低后高的走势，但全年汽车市场发展形势仍不容乐观。

王先生则持不同观点。“不太可能会出现大家所说的‘车市小阳春’”，他说，这段时间很多人的工资都不知道能不能照常发，甚至有人因为失业还需要重新寻找工作，怎么可能重金投入到汽车这种大部头消费上。

上述汽车制造商人士与王先生持类似观点。他说，“公共交通瘫痪或者不鼓励公共交通并不能直接上升为消费升级，甚至有可能带来消费降级。条件允许的情况下，一些消费者或许会选择自行车、电动自行车等替代产品来满足出行需求。”

“此前切换国六车型时对国五车型的大幅降价，已经刺激了一部分消费者提前消费；加上疫情可能带来的失业再就业，面对资金压力，大家的消费只能是变得更加谨慎。”