

## 关税下调 平行进口车热卖

我国从7月1日起实施的对进口车关税下调政策,让国内很多消费者在近期享受到了低价买进口车的实惠。在这场关税的博弈当中,被波及的车企纷纷寻找“后路”:重新投资工厂、加快国产力度,目的是将影响降到最低。而消费者近期购买进口车时,要注意挑选优惠降幅多的车型。



### 进口车交易火热 但对整体汽车市场影响有限

记者留意到,自关税下调后,大多数汽车厂商迅速降低了高价值进口车的零售价,经过一个月对政策的消化,明显增加了进口汽车在中国市场的销量。

据我国海关总署的最新统计数据,海外制造商7月向中国出口16.5万辆汽车,打破了2014年7月创下的13.4万辆的纪录。根据广州港集团的数字显示,7月,南沙汽车码头共完成海内外贸易商品车装卸约9万辆,比去年同期增长20.11%,创该码头单月历史新高。

关税的下调提高进口车在国内的竞争力,尤其是二三线豪华进口品牌降税

后,最先受到冲击的是中高端的合资车型。当合资车企中高端车型受到影响,势必加速对中高端车型市场的争夺,连锁反应之下对自主品牌为首的市场产生冲击。

但从当前市场份额来看,进口车在国内汽车销售中占比并不大,加上当前中国汽车品牌的市场占有率持续攀升,因此业内普遍认为对整个市场影响有限。

中国汽车流通协会专家表示,当前中国已经形成了相对稳定的市场格局,进口汽车、合资车企和自主品牌三分天下,各有自己的消费群体。就国产的自主品牌汽车来说,也已经具有一定的国际竞争实力。

### 车市 日系进口车“闷声发大财”

在我国关税下调政策落地后,不少车型价格有不同程度下降。业内人士告诉记者,当前日系进口车颇受消费者青睐,因订单上涨,七八月份南沙港进口车辆明显上升。在南沙港平行进口汽车展览中心,近期销售热度趋旺,七八月份,不少有购车意向的消费者抓住关税下调时机进行购车。记者现场留意到,部分售价明显下调的进口车销售火热,现场摆放的部分雷克萨斯、日产、丰田SUV早已被“订走”。

有平行进口车商表示,一辆到岸价格在20万至35万元之间的进口车,此前

市场售价至少要在35至50万元之间,在降税之后,折合成本采购成本售价将可下降3万至5万元,市场售价贵至百万元级的,购车成本更可“省下”十万元左右。同时,南沙港平行进口汽车展览中心负责人表示,7月1日起国家下调的不仅是进口车关税,还有进口汽车零部件税率同时下调6%,上述两个政策的叠加,消费者在买车和养护使用方面的成本双双明显降低。

雷克萨斯、沃尔沃等非美国产的进口车在七八月份“闷声发大财”。

### 变化 美系车商改卖其他车

近期市场上的美国进口汽车在华的售价一路上调,以特斯拉为首的部分美国车型售价最高上涨25.66万元,宝马提高了两款美国产的进口SUV车型的售价;虽然福特、林肯等品牌,为了保证价格竞争力和销量份额,选择降低利润,通过未受波及车型消化平摊成本,暂时维持了价格不变,但优势明显下降。除了特斯拉、福

特、林肯外,还有工厂在阿拉巴马州的戴姆勒公司,在俄亥俄州工厂生产的英菲尼迪、讴歌等品牌也受影响。以上工厂生产的车型在华销量也有所萎缩。

广州一位销售美系平行进口车商说,“我们已经在开拓门路,转做更好卖的其他渠道进口车了。”

### 对策 车企建新工厂造车

当前全球汽车品牌最关注的,就是在中国市场的销量。当前部分汽车企业已经在寻求解决方案。如宝马、奔驰已经开始进行其他的调整。

·首先是造新工厂(代表车企:宝马)  
宝马7月底表示将投资10亿欧元,在匈牙利造新汽车组装厂,2019年下半年动工。注意,这是宝马自2000年来以来在欧洲建立的首个新汽车制造厂。  
·其次是加强“中国制造”(代表车企:奔驰、奥迪、宝马)  
戴姆勒集团首席执行官蔡澈透露,集团正在探讨中美关税的影响,不排除将奔驰车型的部分美国生产线移至中国;奥迪

也在积极引入车型国产化;宝马表示在华的大东工厂和铁西工厂未来可能达到年产60万辆。

·最后部分品牌只能“静等”(代表车企:大众进口车、通用、林肯)

通用汽车的中国工厂生产的汽车很多都会出口至美国本土,如去年五分之一的昂科威都被出口到了美国。近期通用汽车向美国政府申请进口关税豁免。还有对于品牌力相对较弱的林肯也在积极寻求解决办法。在华上半年销量同比下滑近五成的大众进口车,也让大众汽车品牌中国CEO冯思翰头疼,他表示只能静等政策消化。(邓莉)

### 相关新闻

## 二线豪华车竞争格局生变

随着今年7月销量数据出炉,豪华车市场的战火延续。二线阵营间的竞争更是难分你我。

数据显示,在二线豪华车中,凯迪拉克、雷克萨斯、沃尔沃三大品牌7月销量纷纷破万辆,捷豹路虎在库存政策下销量下跌近五成,排在了第4位;自6月销量大幅回暖的雷克萨斯,以15201辆的单月销量首次超过凯迪拉克,拿下7月细分市场销量桂冠。

上述品牌同为“10万辆俱乐部”成员,仅今年上半年,受到进口车关税下调和中美贸易战等多重因素的影响,二线豪华车市场的排名就发生数次改变。

业内认为,它们之间的竞争将更加激烈,火药味渐起。各个品牌对中国市场的关注程度也更高,二线豪华车的在华竞争格局正因此发生变化。

### 捷豹路虎 7月销量下跌近五成

曾经二线豪华车市场的领头羊捷豹路虎正面临销量下跌的态势。数据显示,捷豹路虎7月销量仅为6173辆,同比下跌达46.7%,排名二线豪华车市场的第4位。这是继2月份被雷克萨斯、沃尔沃轮番超越挤至第3位后,首度排名四大品牌末位。1-7月份在华累计销量为77837辆,同比微跌1.1%,成为二线豪华车市场唯一销量下滑的品牌。

从销量被凯迪拉克远远甩在身后,再到被雷克萨斯超越,捷豹路虎的“坠落”不过短短两年时间。

“与美国的贸易冲突会对中国汽车购买者的信心和交易价格产生负面影响。”捷豹路虎全球官网发布的报告中对其7月销量下滑如此解释。

近日持续有报道称,北京多家捷豹路虎经销商不满厂家政策压力,已集体停止从厂家提车,只销售库存新车。据销售人员介绍,目前只有少部分库存较多的经销商依旧沿用原有的优惠力度,以期清理库存。终端压力给予了捷豹路虎品牌销量最真实的反馈。

与此同时,捷豹路虎双品牌在新车大幅优惠和质量召回方面的问题,让消费者对这个品牌更多持怀疑态度。以捷豹XEL为例,官方指导价28.88万元起,售价几乎与一线豪华车品牌同级车型持平。但到终端上,经销商的起售价格还不到19万元。此外,召回事件频频笼罩在捷豹路虎的头上。数据显示,2017年其共计召回车辆10.6万辆,占其当年在华销量的72.45%。

### 沃尔沃 经销商问题频发

沃尔沃7月在华销量为10121辆,同比增长9.2%,1-7月累计销量达71601辆,同比增长17%。销量向好的背面,却存在裂痕。前不久,河南东南汽车贸易集团下属三家沃尔沃经销商到沃尔沃上海总部门口维权事件曝光,经销商索要400万元返利。沃尔沃厂家8月3日声明中作出正面回应,但经销商集团立即作出反应,将自己在厂商处受到的不公正待遇一一列举,双方各执一词。

据公开资料显示,沃尔沃经销商退网事件和传闻屡见不鲜。2016年,沃尔沃中南南方展厅关门;今年,作为北京最早开设的4S店之一,北京沃尔沃汽车海

之沃4S店因盈利困难而宣布改卖奔驰;销售沃尔沃近12年的杭州沃尔沃世之茂也突然退网。高库存、巨额让利,都成为导致4S店亏损的因素,热销背后是疯狂降价促销。

包括沃尔沃XC60、沃尔沃S90在内的多款热销车型,终端优惠价格降幅在10万元以上,优惠幅度达25%以上。如此大的优惠力度表面上看是为了提振销量增长,实则是对品牌信誉以及品牌忠诚度的极大考验。

### 雷克萨斯 实现逆风翻盘

雷克萨斯成为7月二线豪华车市场的新贵,凭借单月1.5万辆的销量,夺得细分市场冠军。这很大程度上得益于进口车整车关税下调红利的释放。雷克萨斯目前在华销售的主力车型LS、ES、RX全部从日本进口,7月关税下调刺激了消费者购买。“由于受到外部环境的波动,对销量还是有一定程度的影响;我们通过新产品的投放、加强品牌营销以及高效的供需体系顶住了压力。”雷克萨斯中国市场推广部部长陈忱7月26日在接受采访时表示。

入华以来奉行的纯进口策略,使得雷克萨斯发展初期在消费者心中处于“不上不下”的尴尬定位。在消费者看来,不仅高额进口税让雷克萨斯变得性价比不高,其品牌也给人以老气、刻板的印象。在年轻化的引领下,雷克萨斯适时转变。

“雷克萨斯保持连续多年较高的增长率,在价格比较稳定的基础上获得现在的增长,已经相当不错。下半年,全新ES将会给雷克萨斯带来新的增量。雷克萨斯要做的是保持终端销售价格的稳定以及销量适度的增长,保持良好的厂商关系、售后服务、消费者满意度。”一位研究豪华车市场的业内专家作出判断。

### 凯迪拉克 步伐依旧稳健

今年7月凯迪拉克品牌销售新车14300辆,同比增长19.1%;前7月累计销量为126625辆,已达成年度20万辆销量目标的60%以上。在竞争激烈的中国二线豪华车市场中,保持这样的成绩并不容易。自7月1日整车进口关税下调以来,不仅消费者持观望的态度愈演愈烈,随之而来的进口车价格竞争力提高,消费者对美系车的认同感却同步降低,进一步加剧了凯迪拉克的窘境。

### 记者观察

在细分市场品牌竞争压力和一线豪华车市场持续下探的多重压力之下,二线豪华车市场面临的压力不容小觑。

为了实现更大的市场占有率,赢得消费者的青睐,以价换量是不少二线豪华车品牌的选择,这是豪华品牌走“亲民路线”的选择,但以压低经销商利润为代价的低价竞争策略,绝不是品牌持续增长的良策。

7月的单月销量排位已经发生变化,雷克萨斯冲上第一位;1-7月的累计销量凯迪拉克依旧领先。但

值得注意的是,原先凯迪拉克、捷豹路虎、雷克萨斯、沃尔沃四大品牌的阶梯式座席已经发生了明显变化,后三者之间的销量差仅为6000余辆,而与凯迪拉克的销量之间出现明显断层。显然,二线豪华车市场的分化持续加剧,二三四名之间的差距越来越小,雷克萨斯追赶凯迪拉克的步伐也在不断加快。

可以说,伴随着中美贸易战带来的极大不确定性,下半年的二线豪华车市场,才是各个品牌“拔刀亮剑”的关键所在。魏帅