

2016年第11期

中国汽车行业研究月报

2016年11月5日发布

Beijing Unbank Technology Co.,Ltd.

www.unbank.info



北京银联信科技股份有限公司

Beijing Unbank Technology Co.,Ltd.

目录

I 宏观经济	5
一、本月宏观经济运行及影响	5
(一) 中国制造业经理采购指数	5
(二) 工业生产者价格变动情况	7
(三) 居民消费价格变动情况	9
(四) 进出口情况分析	10
二、财政货币政策	11
(一) 财政政策	11
(二) 货币政策	13
II 本月关注	16
一、上市车企最高增长 141.37%六成业绩现增长	16
二、国产化渐显优势 豪车市场第二阵营座次重排	17
三、跨国巨头布局中国 新能源汽车将爆发	18
四、网约车新规实施 行业洗牌或开始	19
III 行业产业链分析	21
一、钢材市场运行情况	21
二、下游终端消费市场分析	21
(一) 9月全国乘用车销售情况	21
(二) 9月全国商用客车销售情况	23
(三) 1-9月国内六大地区客车销售情况	23
IV 本月行业快讯	24
一、汽车行业利润格局重分 企业抢滩万亿元后市场	24
二、中国汽车年销量峰值 或将低于 3000 万辆	25
三、北京：三年后 机动车将达 630 万辆	25
四、汽车电商建生态圈破瓶颈	27
IV 本月海外市场扫描	29
一、日本：8 大车企上半财年全球产量增长 3%	29



二、印度：打车服务 Ola 拟融资 6 亿美元 竞争 Uber	29
三、韩法两国：联手研发无人驾驶汽车技术	29
四、迪拜：推出 3D 打印自动驾驶汽车	30
VI 本月重点企业跟踪	31
一、上汽集团今年获政府补助超 11 亿元	31
二、通用前三季度净利翻番：欧洲疲软 在中国赚了 98 亿	32
三、奇瑞将投产 1.0T 发动机 计划年产 10 万台	33
四、力帆移峰能源首座集中式新能源站启用	34
五、丰田进军汽车共享市场 智能手机车钥匙显神通	36

图表目录

图表 1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整.....	5
图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）.....	6
图表 3：2016 年 9 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势.....	7
图表 4：2016 年 9 月工业生产者购进价格涨跌幅走势.....	8
图表 5：2016 年 9 月全国居民消费价格涨跌幅.....	9



I 宏观经济

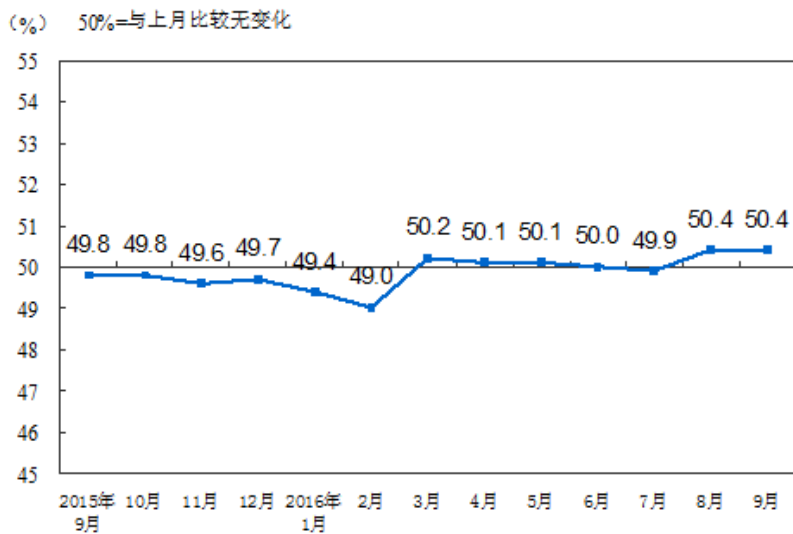
一、本月宏观经济运行及影响

(一) 中国制造业经理采购指数

1、中国制造业采购经理指数与上月持平

2016年9月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为50.4%，与上月持平，继续高于临界点。

图表 1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整



数据来源：中国政府网 银联信

分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.6%，比上月上升 0.8 个百分点，持续高于临界点；中型企业 PMI 为 48.2%，低于上月 0.7 个百分点，仍位于临界点以下；小型企业 PMI 为 46.1%，比上月下降 1.3 个百分点，继续位于收缩区间。

从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数、新订单指数高于临界点，从业人员指数、原材料库存指数、供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 52.8%，比上月上升 0.2 个百分点，继续高于临界点，表明制造业生产保持平稳增长，增速有所加快。

新订单指数为 50.9%，虽比上月回落 0.4 个百分点，但仍高于临界点，表明制造业市场需求延续扩张态势，增速小幅放缓。

从业人员指数为 48.6%，比上月回升 0.2 个百分点，仍低于临界点，表明制造业企业用工量降幅有所收窄。



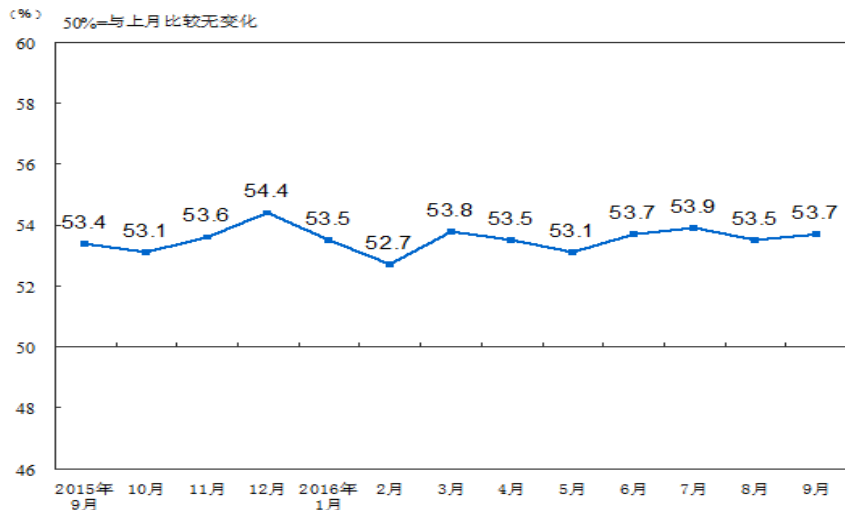
原材料库存指数为 47.4%，比上月下降 0.2 个百分点，位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量持续减少。

供应商配送时间指数为 49.9%，比上月下降 0.7 个百分点，微低于临界点，表明制造业原材料供应商交货时间略有放缓。

2、非制造业商务活动指数小幅上升

2016 年 9 月份，中国非制造业商务活动指数为 53.7%，比上月小幅上升 0.2 个百分点，连续 7 个月在 53.0% 以上景气区间平稳运行，表明非制造业继续保持稳中有升的发展态势。

图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：中国政府网 银联信

分行业看，服务业商务活动指数为 52.3%，比上月回落 0.4 个百分点，继续位于临界点之上，服务业延续平稳增长势头，增速小幅回落。其中，零售业、邮政业、住宿业、电信广播电视和卫星传输服务业、互联网及软件信息技术服务业、货币金融服务业商务活动指数处于 55.0% 以上的较高景气区间，业务总量较快增长。交通运输业、餐饮业、资本市场服务业、社会服务业等行业商务活动指数位于临界点以下，业务总量有所减少。建筑业商务活动指数为 61.9%，比上月大幅上升 3.7 个百分点，建筑业生产经营活动明显加快。

新订单指数为 51.4%，比上月上升 1.6 个百分点，重回扩张区间，为年内高点，表明非制造业市场需求有所回暖。分行业看，服务业新订单指数为 50.6%，比上月上升 1.0 个百分点，结束了连续 5 个月处于收缩区间的走势，本月升至临界点之上。建筑业新订单指数为 55.9%，比上月上升 5.1 个百分点，持续位于扩张区间。

投入品价格指数为 51.7%，比上月回落 0.9 个百分点，仍高于临界点，表明



非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平继续上涨，但涨幅有所收窄。分行业看，服务业投入品价格指数为 51.2%，比上月回落 1.1 个百分点。建筑业投入品价格指数为 54.5%，高于上月 0.5 个百分点，连续三个月呈现上升走势。

销售价格指数为 50.1%，比上月回落 0.3 个百分点，微高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平环比略有上升。分行业看，服务业销售价格指数为 50.0%，比上月回落 0.5 个百分点。建筑业销售价格指数为 51.0%，比上月上升 0.9 个百分点。

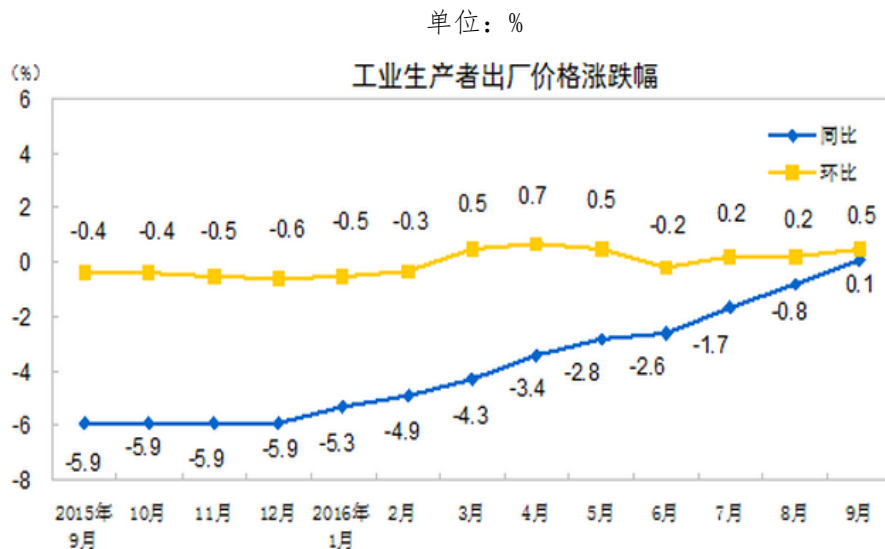
从业人员指数为 49.7%，比上月回升 0.6 个百分点，继续位于临界点之下，表明非制造业企业用工量虽有减少，但降幅继续收窄。分行业看，服务业从业人员指数为 49.3%，比上月回升 0.4 个百分点。建筑业从业人员指数为 52.2%，比上月上升 1.6 个百分点。

业务活动预期指数为 61.1%，高于上月 1.7 个百分点，创年内新高，持续位于较高景气区间，表明企业对近期市场发展继续保持乐观态度。

（二）工业生产者价格变动情况

2016 年 9 月份，全国工业生产者出厂价格环比上涨 0.5%，同比上涨 0.1%，同比是自 2012 年 3 月份以来首次由负转正。工业生产者购进价格环比上涨 0.4%，同比下降 0.6%。1-9 月平均，工业生产者出厂价格同比下降 2.9%，工业生产者购进价格同比下降 3.8%。

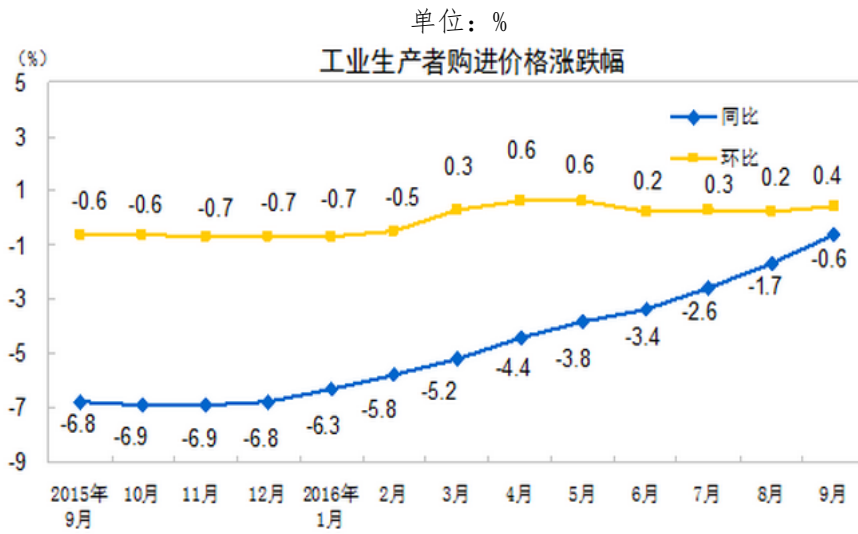
图表 3：2016 年 9 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信



图表 4：2016 年 9 月工业生产者购进价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

1、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 0.1%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.1 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 2.1%，原材料工业价格下降 0.2%，加工工业价格上涨 0.1%。生活资料价格同比持平（涨跌幅度为 0，下同）。其中，食品价格上涨 0.3%，衣着价格上涨 0.7%，一般日用品价格上涨 0.5%，耐用消费品价格下降 1.5%。

据测算，在 9 月份 0.1% 的全国工业生产者出厂价格总水平同比涨幅中，去年价格变动的翘尾因素约为 -1.5 个百分点，新涨价因素约为 1.6 个百分点。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格同比下降 1.9%，化工原料类价格下降 1.6%；黑色金属材料类价格上涨 1.8%，有色金属材料及电线类价格上涨 0.3%。

2、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨 0.6%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.5 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 2.9%，原材料工业价格上涨 1.1%，加工工业价格上涨 0.2%。生活资料价格环比持平。其中，食品价格上涨 0.1%，衣着价格上涨 0.2%，一般日用品价格下降 0.2%，耐用消费品价格下降 0.1%。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格环比上涨 1.3%，黑色金属材料类价格上涨 0.9%，建筑材料及非金属类价格上涨 0.5%，有色金属材料及电线类价格上涨 0.2%。



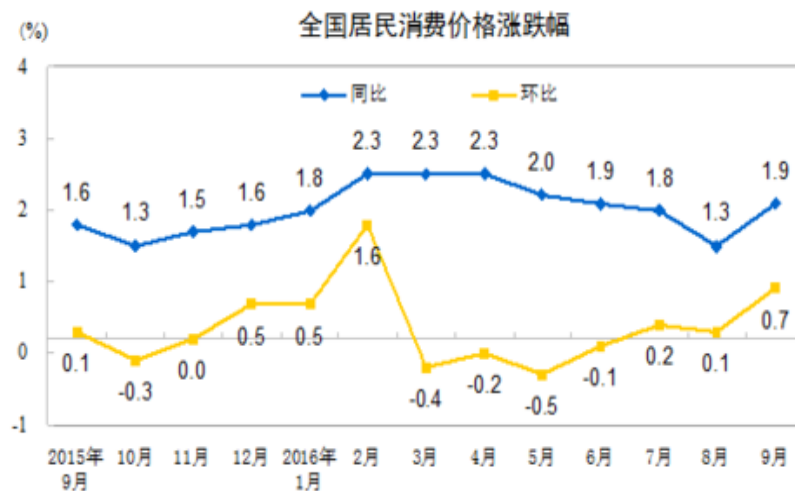
（三）居民消费价格变动情况

2016年9月份，全国居民消费价格总水平同比上涨1.9%。其中，城市上涨2.0%，农村上涨1.6%；食品价格上涨3.2%，非食品价格上涨1.6%；消费品价格上涨1.7%，服务价格上涨2.4%。

9月份，全国居民消费价格总水平环比上涨0.7%。其中，城市上涨0.7%，农村上涨0.7%；食品价格上涨1.7%，非食品价格上涨0.4%；消费品价格上涨0.8%，服务价格上涨0.5%。

图表5：2016年9月全国居民消费价格涨跌幅

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

1、各类商品及服务价格同比变动情况

9月份，食品烟酒价格同比上涨2.7%，影响CPI同比上涨约0.81个百分点。其中，鲜菜价格上涨7.5%，影响CPI上涨约0.18个百分点；鲜果价格上涨6.7%，影响CPI上涨约0.11个百分点；水产品价格上涨6.1%，影响CPI上涨约0.11个百分点；畜肉类价格上涨4.4%，影响CPI上涨约0.21个百分点（猪肉价格上涨5.8%，影响CPI上涨约0.16个百分点）；蛋价格下降4.6%，影响CPI下降约0.03个百分点。9月份，其他七大类价格同比六涨一降。其中，其他用品和服务、医疗保健、教育文化和娱乐、居住、衣着、生活用品及服务价格分别上涨4.4%、4.3%、2.0%、1.5%、1.2%、0.3%；交通和通信价格下降0.4%。

2、各类商品及服务价格环比变动情况

9月份，食品烟酒价格环比上涨1.2%，影响CPI环比上涨约0.35个百分点。其中，鲜菜价格上涨10.7%，影响CPI上涨约0.25个百分点；蛋价格上涨5.9%，影响CPI上涨约0.03个百分点；鲜果价格上涨5.2%，影响CPI上涨约0.08个



百分点；水产品价格下降 0.6%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。9 月份，其他七大类价格环比六涨一平。其中，教育文化和娱乐、衣着、居住、交通和通信、医疗保健、其他用品和服务价格分别上涨 1.2%、0.8%、0.3%、0.3%、0.2%、0.2%；生活用品及服务价格持平。

（四）进出口情况分析

今年前三季度，我国货物贸易进出口总值 17.53 万亿元人民币，比去年同期（下同）下降 1.9%。其中，出口 10.06 万亿元，下降 1.6%；进口 7.47 万亿元，下降 2.3%；贸易顺差 2.59 万亿元，扩大 0.6%。

9 月份当月，我国进出口总值 2.17 万亿元人民币，下降 2.4%。其中，出口 1.22 万亿元，下降 5.6%；进口 9447.9 亿元，增长 2.2%；贸易顺差 2783.5 亿元，收窄 25%。

今年前三季度，我国外贸进出口的主要特点：

一、进出口逐季回稳，第三季度进、出口实现同步正增长。前三季度，我国进出口、出口和进口值同比虽仍然下降，但从季度情况看，呈现逐季回稳向好态势。其中，第一季度，我国进出口、出口和进口值分别下降 7.2%、6.3%和 8.3%；第二季度，进出口、进口值分别下降 0.2%和 1.3%，出口值增长 0.6%；第三季度，进出口、出口和进口值分别增长 1.1%、0.4%和 2.1%，底部企稳的迹象初步显现。

二、一般贸易进出口增长，比重提升。前三季度，我国一般贸易进出口 9.82 万亿元，增长 0.1%，占同期我国进出口总值的 56%，比去年同期提升 1.1 个百分点，贸易方式结构有所优化。

三、对部分一带一路沿线国家出口增长。前三季度，我国对巴基斯坦、俄罗斯、波兰、孟加拉国和印度等国出口分别增长 14.9%、14%、11.7%、9.6%和 7.8%。同期，我国对欧盟出口增长 1.8%、对美国出口下降 1.9%、对东盟出口下降 1.9%，三者合计占同期我国出口总值的 46.7%。

四、民营企业出口占比继续保持首位。前三季度，我国民营企业进出口 6.76 万亿元，增长 4.1%，占我外贸总值的 38.6%。其中，出口 4.68 万亿元，增长 2.3%，占出口总值的 46.5%，超过外商投资企业和国有企业出口比重，继续保持出口份额居首的地位；进口增长 8.5%，延续增长态势。

五、机电产品、传统劳动密集型产品仍为出口主力。前三季度，我国机电产品出口 5.73 万亿元，下降 1.8%，占同期我国出口总值的 57%。其中，医疗仪器及器械出口增长 6.3%，蓄电池出口增长 5.2%，太阳能电池出口增长 2.7%。同期，传统劳动密集型产品合计出口 2.15 万亿元，下降 0.6%，占出口总值的 21.3%。



其中，纺织品、玩具和塑料制品出口增长，部分传统产品依然保持良好的竞争优势。

六、铁矿石、原油、铜等大宗商品进口量保持增长，主要进口商品价格保持低位但跌幅较上半年收窄。前三季度，我国进口铁矿石 7.63 亿吨，增长 9.1%；原油 2.84 亿吨，增长 14%；煤 1.8 亿吨，增长 15.2%；铜 379 万吨，增长 11.8%。同期，进口成品油 2150 万吨，下降 7.1%；钢材 983 万吨，增长 1%。同期，我国进口价格总体下跌 5.3%。其中，铁矿石进口均价同比下跌 8.6%，原油下跌 25.9%，成品油下跌 16.9%，煤下跌 14.8%，铜下跌 11.9%，钢材下跌 7.4%，跌幅较上半年均有所收窄。

此外，前三季度我国出口价格总体下跌 2.7%，由此测算，今年前三季度我国贸易价格条件指数为 102.8，意味着我国出口一定数量的商品可以多换回 2.8% 的进口商品，表明我国贸易价格条件继续改善。

七、9 月中国外贸出口先导指数继续回升。自今年 7 月份起，中国外贸出口先导指数已经连续三个月环比回升，到 9 月份为 35.8，这表明四季度出口压力有望减轻。其中，根据网络问卷调查数据显示，9 月份，我国出口经理人指数为 39.9，回升 1.2；新增出口订单指数 40.3，回升 1.9；经理人信心指数 45.5，回升 1。

当前，我国外贸发展仍然存在较大的困难，具体表现在：我国与主要贸易伙伴中的美国、东盟双边贸易分别下降 3.3% 和 0.8%；外商投资企业、国有企业进出口分别下降 4.1% 和 9.8%；加工贸易进出口下降 7%。

二、财政货币政策

（一）财政政策

1、一般公共预算收入情况

9 月份，全国一般公共预算收入 11222 亿元，同比增长 4.9%。其中，中央一般公共预算收入 4917 亿元，同比增长 6.2%，同口径增长 1.8%；地方一般公共预算本级收入 6305 亿元，同比增长 3.8%，同口径增长 7.4%。全国一般公共预算收入中的税收收入 8243 亿元，同比下降 0.7%，主要是受全面推开营改增试点政策减收效应进一步显现等影响。

1-9 月累计，全国一般公共预算收入 121400 亿元，同比增长 5.9%。其中，中央一般公共预算收入 54628 亿元，同比增长 4.4%，同口径增长 1.5%；地方一



般公共预算本级收入 66772 亿元，同比增长 7.2%，同口径增长 9.8%。全国一般公共预算收入中的税收收入 100881 亿元，同比增长 6.6%。

1-9 月份主要收入项目情况如下：

(1) 国内增值税 28014 亿元，同比增长 23.8%。主要是全面推开营改增试点后，原营业税纳税人改缴增值税形成收入转移体现增收。其中，国内增值税（不含改征增值税）增长 2.7%。

(2) 营业税 11405 亿元，同比下降 20.4%。主要是全面推开营改增试点后，原营业税纳税人改缴增值税，收入在增值税科目中反映，体现为增值税增收、营业税减收。

考虑收入在税种间转移因素，将改征增值税与营业税合并计算，1-9 月累计增长 11.4%，其中上半年增长 24.2%，7、8、9 月则分别下降 10.9%、17.6%、21.3%，全面推开营改增试点的政策性减收效应逐步体现。

(3) 国内消费税 7953 亿元，同比增长 0.4%，主要受产销量下降影响，卷烟和成品油消费税减收较多。

(4) 企业所得税 24162 亿元，同比增长 8.3%。其中，金融业企业所得税 7634 亿元，增长 6.4%；工业企业所得税 5843 亿元，增长 0.6%；房地产企业所得税 3035 亿元，增长 25.4%。

(5) 个人所得税 7903 亿元，同比增长 17%。其中，受二手房交易活跃等带动，财产转让所得税增长 27.2%。

(6) 进口货物增值税、消费税 9091 亿元，与去年同期持平；关税 1887 亿元，同比下降 0.4%。今年一、二、三季度，进口环节税收增幅分别为-9.3%、2.6%、6%，主要是受部分大宗商品进口价格回升等带动一般贸易进口逐步转降为升的影响。

(7) 出口退税 8575 亿元，同比下降 10.8%。主要是去年同期退税进度较快，基数较高（增长 11.8%）。

(8) 城市维护建设税 3039 亿元，同比增长 5.2%。

(9) 车辆购置税 1912 亿元，同比下降 10.8%。主要受 1.6 升及以下排量乘用车减半征收车辆购置税政策性翘尾减收的影响。

(10) 印花税 1738 亿元，同比下降 35.7%。其中，证券交易印花税 1031 亿元，同比下降 49.7%。



(11) 资源税 670 亿元，同比下降 15.8%。

(12) 土地和房地产相关税收中，受部分地区商品房销售较快增长等影响，契税 3158 亿元，同比增长 11.7%；土地增值税 3280 亿元，同比增长 13.7%。另外，房产税 1561 亿元，同比增长 4.9%；耕地占用税 1448 亿元，同比下降 0.2%；城镇土地使用税 1620 亿元，同比增长 3.4%。

(13) 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入 614 亿元，同比增长 9.3%。

(14) 非税收入 20519 亿元，同比增长 2.8%。

今年第四季度，受经济下行压力持续、营改增政策性减收效应进一步显现等影响，财政收入形势依然严峻。各级财政部门要密切关注经济形势变化，加强财政运行监测分析，积极做好预研预判，切实采取有效措施，促进财政收入平稳增长。

2、一般公共预算支出情况

9 月份，全国一般公共预算支出 19836 亿元，同比增长 11.3%。其中，中央一般公共预算本级支出 2139 亿元，同比增长 12.4%；地方一般公共预算支出 17697 亿元，同比增长 11.1%。

1-9 月累计，全国一般公共预算支出 135956 亿元，同比增长 12.5%；为年初预算的 75.2%，超过序时进度（75%）。其中，中央一般公共预算本级支出 19463 亿元，同比增长 5.4%；地方一般公共预算支出 116493 亿元，同比增长 13.8%。

全国财政主要支出项目情况：教育支出 19684 亿元，增长 13.3%；科学技术支出 3984 亿元，增长 14.2%；文化体育与传媒支出 1880 亿元，增长 7.7%；社会保障和就业支出 16780 亿元，增长 14.6%；医疗卫生与计划生育支出 10164 亿元，增长 21.1%；城乡社区支出 15657 亿元，增长 34.1%；农林水支出 12000 亿元，增长 11.4%；住房保障支出 4614 亿元，增长 22.7%；债务付息支出 3649 亿元，增长 41.1%。

(二) 货币政策

1、广义货币增长 11.5%，狭义货币增长 24.7%

9 月末，广义货币(M2)余额 151.64 万亿元，同比增长 11.5%，增速比上月末高 0.1 个百分点，比去年同期低 1.6 个百分点；狭义货币(M1)余额 45.43 万亿元，同比增长 24.7%，增速比上月末低 0.6 个百分点，比去年同期高 13.3 个百分点；流通中货币(M0)余额 6.51 万亿元，同比增长 6.6%。前三季度净投放现金 1852 亿元。



2、前三季度人民币贷款增加 10.16 万亿元，外币贷款减少 259 亿美元

9 月末，本外币贷款余额 109.49 万亿元，同比增长 12%。月末人民币贷款余额 104.11 万亿元，同比增长 13%，增速与上月持平，比去年同期低 2.4 个百分点。前三季度人民币贷款增加 10.16 万亿元，同比多增 2558 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 4.72 万亿元，其中，短期贷款增加 5247 亿元，中长期贷款增加 4.2 万亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 5.27 万亿元，其中，短期贷款增加 6507 亿元，中长期贷款增加 3.21 万亿元，票据融资增加 1.14 万亿元；非银行业金融机构贷款增加 1112 亿元。9 月份，人民币贷款增加 1.22 万亿元，同比多增 1643 亿元。

9 月末，外币贷款余额 8045 亿美元，同比下降 9%。前三季度外币贷款减少 259 亿美元，同比少增 297 亿美元。9 月份，外币贷款减少 53 亿美元，同比少减 452 亿美元。

3、前三季度人民币存款增加 12.81 万亿元，外币存款增加 378 亿美元

9 月末，本外币存款余额 152.96 万亿元，同比增长 10.9%。月末人民币存款余额 148.52 万亿元，同比增长 11.1%，增速比上月末高 0.3 个百分点，比去年同期低 1.5 个百分点。前三季度人民币存款增加 12.81 万亿元，同比少增 1889 亿元。其中，住户存款增加 4.68 万亿元，非金融企业存款增加 5.06 万亿元，财政性存款增加 8419 亿元，非银行业金融机构存款减少 3656 亿元。9 月份，人民币存款减少 6 亿元，同比少减 3186 亿元。

9 月末，外币存款余额 6652 亿美元，同比增长 2%。前三季度外币存款增加 378 亿美元，同比少增 39 亿美元。9 月份，外币存款增加 176 亿美元，同比多增 328 亿美元。

4、9 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.25%，质押式债券回购月加权平均利率为 2.28%

前三季度银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 630.31 万亿元，日均成交 3.35 万亿元，日均成交比去年同期增长 56.5%。其中，同业拆借、现券和质押式回购日均成交分别同比增长 75.6%、61%和 52.9%。

当月同业拆借加权平均利率为 2.25%，分别比上月和去年同期高 0.12 个和 0.2 个百分点；质押式回购加权平均利率为 2.28%，分别比上月和去年同期高 0.16 个和 0.27 个百分点。

5、国家外汇储备余额 3.17 万亿美元



9 月末，国家外汇储备余额为 3.17 万亿美元。9 月末，人民币汇率为 1 美元兑 6.6778 元人民币。

6、2016 年前三季度跨境贸易人民币结算业务发生 4.03 万亿元，直接投资人民币结算业务发生 1.88 万亿元

2016 年前三季度，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生 3.18 万亿元、8496 亿元、8340 亿元、1.04 万亿元。

II 本月关注

一、上市车企最高增长 141.37%六成业绩现增长

2016 年，尽管是业绩不被看好的一年，但是从多家上市车企所披露的三季度业绩财务报告显示，六成净利润实现增长，其中通客车、广汽集团、比亚迪增幅位居前三位，中通客车以同比 141.37%的增幅位居净利润增幅榜首位。

广汽集团成黑马 12 家车企现增长

综合各家企业 2016 年三季度财报数据显示，乘用车企业中业绩增长较快的为广汽集团、比亚迪、海马汽车、北京汽车。根据统计的 20 家上市车企中，有 12 家实现增长。

广汽集团近几年业绩猛增，今年前三季度更是表现喜人，成为黑马，以 107.61%的增幅位居乘用车企净利润增幅榜首位。其业绩增长与合资车企强劲复苏关系密切。广汽本田新车不断，缤智、新飞度、新奥德赛、新雅阁、雅阁混动、冠道等的相继上市，助推销量不断攀升，广汽本田前三季度销量 44.56 万辆，同比增幅达到 13.77%。广汽丰田也表现不俗，雷凌、汉兰达等，产销均保持 20%以上的增长。

比亚迪尽管没有像往年那样增幅迅猛，但依然后劲强劲，实现了 36.64 亿元的净利润，同比增幅达到 86.81%。而长安和长城表现也是可圈可点，分别实现 14.84%、16.11%的增长，长安净利润增幅稍逊与去年同期，但长城是超过的，凸显两家汽车公司发展潜力，未来步伐也将更稳健。此外，作为上市比较晚的北京汽车，也表现出不俗的增长潜力，净利润达到 74.39 亿元，实现 72.6%的增幅。

而作为利润巨无霸的最赚钱的上汽集团，三季度净利润达到 230.92 亿元，增幅达到 8.61%，上汽荣威的渐入佳境，再加上合资品牌的持续给力，增幅比去年还高。不过，今年例外的是，其他车企的总和已经超过了上汽集团，往年上汽集团的净利润是其他上市车企总和。

东风汽车出现下滑 自主品牌逆势反弹

对于没有合资品牌这一优质资产的自主品牌，如今也开始有些起色。除了一汽轿车和一汽夏利这对“难兄难弟”的一如既往的大幅下跌外，海马、吉利、江淮等都取得了不错的成绩。

一汽轿车三季度财报显示，2016 年 1 至 9 月，一汽轿车实现营业收入 150.01 亿元，同比下降 21.63%；归属于上市公司股东的净利润为-7.16 亿元；基本每股



收益-0.4398 元。不过，得益于一汽马自达的发力，第三季度实现净利润环比扭亏。7 至 9 月，一汽轿车实现营业收入 65.10 亿元，同比增长 21.08%；归属于上市公司股东的净利润 1.10 亿元，同比增长 176.71%。

而吉利和江淮汽车也都实现不错的增长。江淮实现营业总收入 381.3 亿元，净利润为 8.18 亿元，同比增长 26.1%。而在 2015 年同期，江淮净利润为 6.49 亿元。吉利汽车尽管还没有公布三季度的财报，但是从其上半年的年中报来看，净利润 19.3 亿元同比增长 35.95%。

在这些车企中，东风汽车净利润同比出现 31.62% 的下滑，还是让人有些意外的。2016 年三季度，东风汽车净利润为 2.27 亿元，去年同期为 3.32 亿元，去年同期增幅达到 78.7%。

此外，商用车自 2014 年开始谷底反弹后，表现也都可圈可点。宇通客车、中通客车、福田汽车都实现了增长，分别为 22.02%、141.37%、43.98%，中通客车甚至位居净利润增幅榜首位。不过，安凯客车、金杯汽车、金龙汽车却出现大幅下降。

二、国产化渐显优势 豪车市场第二阵营座次重排

虽然国内豪车市场第一阵营中，德系品牌 ABB（奥迪、宝马、奔驰）的地位仍难以撼动，但第二阵营的排位已经在国产化的推动下发生改变。日前，凯迪拉克发布的统计数据显示，今年 1-9 月，凯迪拉克累计销量已达 75783 辆，同比增长 38.2%，远超行业的平均增速，按照目前的趋势，凯迪拉克品牌今年的销量将有望突破 10 万辆门槛。

自 2013 年以来，凯迪拉克每年推出一款国产新车。继 8 月销量增幅超过 50% 之后，9 月仍以 11603 辆的成绩一跃成为第二阵营中单月销量冠军。而目前，中国已经是凯迪拉克除美国本土外最大的单一市场。

近年来国内豪华车品牌排位赛竞争加剧，第一阵营领先品牌增速逐渐放缓，而第二阵营品牌销量增势迅猛，在国产化的趋势下，第二阵营品牌开始冲击 10 万辆的目标，竞争排名洗牌已经开始。

事实上，在豪华车市场中，保持高速增长的就不仅限于凯迪拉克一家。据数据显示，截至今年 9 月，奔驰在华累计销量为 344791 辆，同比增长 29.5%，而奥迪、宝马销量分别为 43.84 万辆和 37.92 万辆。第一阵营销量仍占豪车市场整体份额的 78.4%。



相比第一阵营的数十万辆销量，10 万辆的目标已成为第二阵营今年完成的首要任务。按照 9 月的数据，目前，除了凯迪拉克外，捷豹路虎、雷克萨斯、沃尔沃等品牌，都将在今年试图突破 10 万辆的关口，占据第二阵营中的有利位置。

今年前 9 个月，捷豹路虎在华累计销量达 8.26 万辆，同比去年同期 6.45 万辆增长 28%，完成年销量的 86.2%。其中，捷豹路虎国产车型的销量比重占总销量的 40%。

随着捷豹路虎和凯迪拉克国产化进程的推进，在华销量表现将稳定上涨，深化国产已成为第二阵营中提升市占率的利器。按照规划，捷豹路虎将投资 60 亿元人民币扩建工厂，2020 年前，捷豹路虎至少还将有 4 款国产车陆续上市。而凯迪拉克未来还将有至少两款 SUV 进入中国市场，且均有可能实现国产。

三、跨国巨头布局中国 新能源汽车将爆发

据统计，1-9 月我国新能源汽车生产 30.2 万辆，销售 28.9 万辆，比上年同期分别增长 93.0%和 100.6%。虽然 2016 年前三季整个新能源汽车产业依然处于高速发展之中，但产销量增幅以及产销总量等似乎并没有达到预期。

但是，中国市场已经成为世界上新能源汽车最大的市场，也成为增速最快的市场之一。多家跨国汽车公司公布的新能源战略，正显示出了他们对 2020 年后中国新能源市场的信心。

大众汽车：10 年推出 30 款纯电动车

据大众集团公布的 2025 战略，未来企业将着力于新能源产品的研发布局，其中插电式混合动力和纯电动车型将成为重点规划的对象。根据战略规划，到 2025 年，大众纯电动车销量区间将在 200 万-300 万辆之间，占比总体的 20%-25%。未来大众规划的 30 多款电动车型中，将有大部分诞生于全新电动车专用平台，该平台在延续极强扩展性的同时，还可兼容大众所有新能源车型类别，并将提供不同电动车续航里程的调校。

宝马汽车：在售新能源车增至 9 款

9 月 1 日，宝马集团宣布将在中国提供 5 个车系 9 款新能源车型，包括纯电动汽车和插电式混合动力汽车，这是豪华品牌中覆盖面最广而技术最领先的新能源汽车阵容。

宝马在新能源汽车领域的产品扩张与公司在内燃机车型的战略一脉相承。根据“全新第一战略”，宝马集团将在未来数年内扩展在大型豪华车、高性能汽车、



豪华 SAV 及紧凑型豪华车等领域的产品组合。“BMW 高效动力”及“BMW 互联驾驶”将贯穿于每一个细分市场，继续引领汽车行业的创新和可持续发展。

北京现代谋销量反攻 锁定新能源车 10%占比

6 月 13 日，北京现代推出了包括新朗动在内的 3 款车型。而这还仅仅是北京现代提升产品推出速度的冰山一角。在此次产品发布会上，北京现代还发布了未来 5 年推出 9 款车的“新能源战略-NEW 计划”（以下简称“NEW 计划”），并证实了经济型 SUV 的国产传闻。到 2020 年，北京现代将实现新能源车销量占比超过 10%的目标。

通用汽车：为中国定制本土化战略

今年，通用汽车公布了在华的新能源战略，其中明确表示，到 2020 年，将在中国市场推出 10 余款新能源车。在通用规划的 5 年 10 余款新能源车型中，将涵盖别克、雪佛兰、凯迪拉克以及宝骏这四大品牌。且每年推出至少 1 款国产混合动力车，覆盖从弱混到强混，非插电到插电式的全类型新能源产品。此外，基于别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌的各自旗舰产品都将在今年推出新能源版车型。

奔驰正式发布全新的纯电动车子品牌“EQ”

近期，奔驰正式发布了全新的纯电动车子品牌“EQ”，并推出 EQ 系列纯电动 SUV 车型，实际续航里程超过 400 公里。据悉，新车基于奔驰最新一代的模块化电动车平台打造，预计将于 2019 年正式量产。

奔驰表示，计划在今年年底推出升级版的 B250e 以及两款 Smart 车型的电动车，到 2025 年，奔驰还将推出多款插电式混合动力汽车，以及 10 款左右纯电动车型，而这些新能源车型都会在中国生产。

四、网约车新规实施 行业洗牌或开始

11 月 1 日，网约车新规正式实施。按照《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》的要求，目前各地都发布了网约车管理细则征求意见稿。预计，北京和上海等地的细则将对网约车市场产生影响，行业调整不可避免。

7 月 28 日，交通运输部等七部委联合颁布了《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》，明确了网约车的合法地位。10 月，北、上、广、深等地网约车征求意见稿陆续出台。其中，各地细则最大的差异就在于对驾驶员户籍、车辆牌照、车辆排量与轴距等的限制性条款要求不一。



以北京为例，要求网约车驾驶员需为本市户籍，车辆为本市号牌车辆。仅这两个要求，绝大多数正在当地运行的网约车就已被排除在外。相比之下，一些城市的网约车政策则相对温和。比如成都发布的细则并未对驾驶员的户籍设限，同时对车辆的要求也更为宽松，只要求“车辆排气量不小于 1.6L 或者 1.4T”，并没有像很多城市那样规定要求轴距达到 2700 毫米。

随着京、沪等地政策的出台，互联网出行格局已经开始调整。作为国内最大的移动出行平台，9 月底，滴滴出行向外界确认，向共享单车平台 ofo 投资数千万美元。市场人士分析认为滴滴出行下一步或将发力金融领域。而它的老对手，神州专车和神州租车却可能因新政的正式实施而大幅受益。神州专车表示，其在车辆和司机合规方面完全符合要求，仅仅会增加一些成本。据了解，以神州租车为基础的神州专车还计划拓展汽车电商业务。



III 行业产业链分析

一、钢材市场运行情况

9 月份国内钢铁行业 PMI 指数为 49.5%，较上月回落 0.6 个百分点，在连续 2 个月回落之后，再度跌至 50% 的荣枯线以下。

在主要的分项指数当中，生产指数微幅回落，连续 3 个月处于扩张区间；新订单指数和新出口订单指数均下滑至收缩区间；产成品库存指数重回扩张区间；购进价格指数高位回落，但连续 7 个月处于扩张区间。数据显示，当前钢铁企业生产依然处于高位，但国内订单及出口订单均有所下降，钢铁企业库存出现积压，成本攀升侵蚀行业利润，钢材市场整体而言“旺季不旺”。

目前值得注意的是，钢厂生产依旧活跃，但下一步的增产动力显得不足。此前，因 7 至 8 月份国内钢价大幅上涨，钢厂盈利丰厚，生产步伐开始加快，产量明显释放。但是，近期随着国内钢价震荡下跌，加之原料市场受煤焦价格强势上涨的带动，生产成本有所上升，钢厂利润大幅收窄，增产动力有所不足，原材料备货积极性降低。下一步国内钢厂减产、检修的力度可能会加大。

从钢铁原料市场的走势来看，9 月份总体呈现先跌后涨的格局，不过反弹的力度相对偏弱。从具体的市场价格而言，9 月份原料市场除焦煤、焦炭价格大幅上涨之外，其余品种的价格均呈现月环比下跌的态势。其中，品位 62% 普氏进口铁矿石指数目前为每吨 55.9 美元，月环比下跌 3.1 美元。与此同时，进口铁矿石的供应正在增加，自今年 6 月下旬以来，全国主要港口铁矿石库存总量持续维持在 1 亿吨以上，虽然 8 月份略有下降，但 9 月份开始再度回升，目前处于 8 月中旬以来的最高水平。

相关指数报告分析认为，国庆假期期间，国内钢厂的生产仍基本正常，而终端需求接近停滞，节后库存压力将进一步凸显，钢市仍将呈现弱勢的格局。不过，由于近期钢价的下跌叠加成本的强势，钢厂利润正在不断萎缩，加之“去产能”政策的持续发力，下一步国内粗钢产量将会有所下降。与此同时，在宏观经济逐步企稳趋好等因素的推动下，钢材需求也有一定的增长空间。

二、下游终端消费市场分析

（一）9 月全国乘用车销售情况

9 月，乘用车市场继续呈良好表现，当月销量环比和同比保持较快增长，中



国品牌表现更为突出。1-9月，乘用车销量同比增速接近15%，增幅比1-8月小幅提升。

销售情况简述：9月，乘用车共销售226.83万辆，环比增长25.95%，同比增长28.94%。在乘用车主要品种中，与上月相比，交叉型乘用车销量增速略低，其他三大类乘用车品种均呈较快增长；与上年同期相比，交叉型乘用车销量降幅超过30%，其他品种保持快速增长。9月，基本型乘用车（轿车）销售111.93万辆，环比增长21.87%，同比增长17.07%；运动型多用途乘用车（SUV）销售87.90万辆，环比增长33.71%，同比增长54.21%；多功能乘用车（MPV）销售22.15万辆，环比增长22.80%，同比增长37.32%；交叉型乘用车销售4.86万辆，环比增长8.30%，同比下降32.36%。

1-9月，乘用车共销售1675.20万辆，同比增长14.75%，增幅比1-8月提升1.92个百分点。其中：基本型乘用车（轿车）销售844.12万辆，同比增长2.70%；运动型多用途乘用车（SUV）销售599.92万辆，同比增长45.91%；多功能乘用车（MPV）销售174.91万辆，同比增长22.93%；交叉型乘用车销售56.26万辆，同比下降33.46%。

分国别销售情况简述：9月，中国品牌乘用车共销售97.48万辆，环比增长33.45%，同比增长39.08%，占乘用车销售总量的42.68%，占有率比上月提升2.42个百分点。德系、日系、美系、韩系和法系乘用车分别销售42.08万辆、36.29万辆、28.33万辆、15.92万辆和5.34万辆，分别占乘用车销售总量的18.55%、16%、12.49%、7.02%和2.36%。与上月相比，上述外国品牌销量也呈较快增长，但增幅均低于同期中国品牌。

1-9月，中国品牌乘用车共销售707.18万辆，同比增长18.72%，占乘用车销售总量的42.21%，占有率比上年同期提升1.41个百分点。德系、日系、美系、韩系和法系乘用车分别销售326.42万辆、263.90万辆、203.84万辆、120.27万辆和43.34万辆，分别占乘用车销售总量的19.49%、15.75%、12.17%、7.18%和2.59%。与上年同期相比，法系乘用车销量下降较快，其他外国品牌保持增长。

乘用车分车型生产企业销售情况：9月，销量排名前十位的轿车生产企业依次为：一汽大众、上汽大众、上汽通用、东风日产、北京现代、长安福特、吉利控股、广汽本田、东风悦达起亚和一汽丰田。与上月相比，上述十家企业销量呈不同程度增长，其中吉利控股和东风悦达起亚增速更快。9月，上述十家企业共销售79.93万辆，占轿车销售总量的71.41%。

9月，销量排名前十位的SUV生产企业依次是：长城汽车、长安汽车、上汽通用、东风日产、北京现代、广汽乘用车、东风本田、吉利控股、长安福特和江



淮股份。与上月相比，十家企业销量均呈较快增长，江淮股份和东风本田增速更为显著。9月，上述十家企业共销售43.84万辆，占SUV销售总量的49.87%。

9月，销量排名前十位的MPV生产企业依次是：上汽通用五菱、东风汽车、长安汽车、北汽股份、北汽银翔、上汽通用、江淮股份、东风本田、奇瑞汽车和上汽大众。与上月相比，上汽通用、东风本田和上汽大众销量有所下降，其他企业均呈增长，其中北汽股份增速超过50%，表现更为突出。9月，上述十家企业共销售20.32万辆，占MPV销售总量的91.74%。

9月，销量排名前十位的交叉型乘用车生产企业依次是：上汽通用五菱、重庆力帆、东风汽车、金杯汽车、长安汽车、北汽股份、一汽集团、北汽有限、福建新龙马和北汽福田。与上月相比，上汽通用五菱和长安汽车销量有所下降，其他企业呈明显增长，其中福建新龙马和重庆力帆增速最为显著。9月，上述十家企业共销售4.81万辆，占交叉型乘用车销售总量的98.97%。

（二）9月全国商用客车销售情况

2016年9月，客车销量环比小幅增长，同比略有下降。

9月，客车销售4.25万辆，环比增长4.62%，同比下降6.06%，产销率为101.06%，高于上月。在客车主要品种中，与上月相比，大、中和轻型客车销量均呈小幅增长；与上年同期相比，中型客车销量保持较快增长，大型和轻型客车有所下降。9月，大型客车销售0.74万辆，环比增长8.71%，同比下降5.21%；中型客车销售0.80万辆，环比增长1.85%，同比增长13.74%；轻型客车销售2.71万辆，环比增长4.39%，同比下降10.87%。9月，大、中和轻型客车产销率分别为102.43%、98%和101.62%。

（三）1-9月国内六大地区客车销售情况

2016年1-9月，在国内六大地区中，与上年同期相比，中南和西南地区销量保持小幅增长，其他地区依然下降。

1-9月，中南地区销售5.70万辆，同比增长3.38%；西南地区销售3.12万辆，同比增长3.75%；华东地区销售10.86万辆，同比下降6.97%；华北地区销售3.97万辆，同比下降12.90%；东北地区销售2.30万辆，同比下降25.45%；西北地区销售1.63万辆，同比下降17.84%。



IV 本月行业快讯

一、汽车行业利润格局重分 企业抢滩万亿元后市场

“受实体经济下滑冲击，中国最大汽车生产基地重庆的整车销量与利润不断摊薄，但汽车后市场利润可观。”重庆两江汽配商会会长钱勇表示，汽车行业利润格局正在重新分割。据钱勇介绍，2015年重庆汽车后市场利润近100亿元人民币，人们看好汽车后市场的前景，100多家微车配件企业入驻位于重庆的中国微车配件产业基地抱团发展。

据统计，截至2016年9月，中国机动车保有量达2.8亿辆，其中汽车1.9亿辆。行业分析数据显示，在汽车行业利润中，60%的利润都来自于服务领域，汽车后市场利润远超汽车交易市场。预计到2020年，中国汽车后市场的规模将达到1.435万亿元。

瞄准该市场，中国企业拓展汽车金融、养护、维修及配件等后市场业务领域，为企业发展寻找新的利润增长空间。

作为中国新兴汽车城的柳州，2015年汽车产销量将近230万辆，总产量位居中国各城市第三位。近年来，柳州市汽车产业发展迅速，现有汽车整车及零部件生产企业500多家。

地处柳州的广西汽车集团有限公司，2012年起将业务扩展至汽车后市场领域，目前已涵盖汽车服务与贸易、汽车金融等业务。2015年汽车服务与贸易营业收入突破33亿元，成为该集团新的业务引擎和重要利润增长点。

作为中国华南地区最大的汽车经销商集团，广东物资集团汽车贸易公司日前发布了互联网服务平台——广物车服APP。该APP将把买车、养车、换车、用车这一条产业链打通，构建一个庞大的车主生态圈，欲进一步拉长该公司的后市场服务线。

同时，钱勇分析指出：目前汽车后市场呈现井喷式发展，但存在着如品牌缺乏公信力、核心技术匮乏、物流落后等制约发展的因素。为规范和促进该行业发展，2015年以来，中国政府出台了一系列与后市场相关政策，涉及二手车、维修配件、汽车共享等领域。预计，未来中国汽车后市场将面临洗牌，一批品牌化、规模化、专业化的龙头企业将逐步形成。



二、中国汽车年销量峰值 或将低于 3000 万辆

近期，汽车行业专家表示，基于目前中国汽车人均保有量偏低的现状和 2015 年底“V”型反转的市场新形势，对中国汽车市场的未来作出了比较乐观的判断。有人预计，未来十年，中国汽车年销量峰值将达到 4000 万辆，更有甚者预计会达到 4500 万辆。

据分析认为，出现这种观点主要原因有三点：

一是中国的人口结构决定了未来买车的人会越来越少。首先，从年龄结构看，由于实行了 30 多年的计划生育政策，中国目前已开始进入老龄化社会，60 岁以上的人口超过 2 亿，而且呈现快速增长的态势。老人们的活动半径、消费能力决定了他们购车的欲望和能力越来越小，甚至有可能将现有的车直接让给下一代消费。尽管国家已出台二胎政策，但由于多种因素影响，短期内想让生育人口大幅度增长近乎痴人说梦。

其次，从人口地区分布结构看，有头脑、有能力的人都在往大城市跑，过去十年，县里的人都到市里买房买车，市里的都到省会买房买车，而能力更强的人就到北、上、广、深买房买车。

二是大城市的限购将会使最有消费能力的人群想买车却买不了。由于拥堵、环保等条件的硬约束，北、上、广、深等一线城市早已实行限购政策，天津、杭州、贵阳等陆续加入，下一步，必将还会有更多的大城市加入到这一行列。而这些城市的人群最有消费能力，想买车，但没有指标，消费能力被人为抑制住了。

三、共享汽车的发展将会使相当多的人决定不再买车。目前，拼车、顺风车、专车等共享汽车市场发展如火如荼。对于年轻一代来说，已逐渐习惯了用手机订车，越来越多的商务人士也加入到这一行列。无指标、停车难、用车贵等多种因素加上“重使用、轻拥有”观念的形成，将会使许多人放弃购车的打算。

然而，中国汽车市场的前景仍然客观。目前，中国汽车保有量有 1.7 亿辆，年消费达 2450 多万辆，无论保有量还是年销量在全世界都是首屈一指的。未来五至十年，汽车销量仍将保持高位微增长态势，保有量最终有可能超过 3 亿辆。

三、北京：三年后 机动车将达 630 万辆

10 月 24 日，第三届世界大城市交通发展论坛在京开幕，会上预计到 2020 年，北京机动车保有量将达 630 万辆，中心城小客车（含出租车）出行比例控制在 25%。为了提升本市缓解交通效率，前期工期被压缩至 150 个工作日，效率



大大提升。同时，据北京市交通委新闻发言人容军介绍，未来，北京市将坚持用法律、科技、经济手段，适当的行政手段来缓解交通拥堵。

2018年起 每年增加机动车10万辆

北京市交通委主任周正宇表示，预计到2020年，北京机动车保有量将达630万辆，中心城小客车（含出租车）出行比例控制在25%。

实际上，早在年初市两会期间，市人大常委会主任在作常委会报告时就曾介绍，拟在今年人大立法工作中，制定降低机动车使用强度的规定。今年5月，市交通委启动降低机动车使用强度立法民意调查。

按照《北京市清洁空气行动计划(2013-2017年)重点任务分解措施》规定，北京明年底全市机动车保有量控制在600万辆以内，从而降低机动车污染排放。这也意味着，从2018年到2020年3年内，北京机动车每年将以10万辆的速度增长，总量为30万辆。此外，北京治理交通拥堵将从行政手段向经济手段转变，同时，以科技手段支撑。

年底停车位信息完成摸底

停车矛盾积累最深，治理难度最大，对城市动态交通影响日益扩大。2016年以来，北京市一直在出“重拳”治理停车难，但早在去年，北京市就已启动停车普查，对全市城镇地区和农村地区的停车设施和日、夜间停车情况进行全面调查，摸清底数。

今年年底，北京市有多少个车位、还差多少、日夜间停车需求等数据将清晰，方便后期统筹管理。目前，北京总的治理思路，就是放到小区域，比如街道、社区，让小的区域先实现停车平衡。

缓堵工程手续办理大提速

今年，北京市一批疏堵工程都在紧锣密鼓地进行。此前，按照正常程序，某个缓堵工程项目前期手续办理完成一般需要850个工作日，但目前，为了提升北京市缓解交通效率，前期工期被压缩至150个工作日，效率大大提升。

此外，新能源车近年受到青睐，但配套充电设施仍是让不少市民纠结，是影响他们购买新能源车的原因之一。据统计，目前，北京市已经有20家中石化加油站配备了充电设施。同时，不仅是私家车，本市公交、出租都将准备更换成新能源车等。预计到2017年，机动车污染物排放总量比2012年削减25%。



四、汽车电商建生态圈破瓶颈

从 2013 年汽车之家开创汽车电商元年后，互联网开始逐步渗透汽车行业的方方面面。而作为每年汽车电商必争之地的“双 11”，今年已经从购车向用车升级。

近日，汽车之家方面宣布，启动 2016 年“11.11 疯狂购车节”。同时，刚刚入主汽车之家担任董事长兼 CEO 的平安老将陆敏也首度亮相，并发布汽车之家的“4+1”发展战略，突破单一售车瓶颈，融入保险和金融业务等，打造汽车“生态圈”。

汽车电商步入“融合”时代

近年来，从新车销售切入市场的汽车电商，正在经历高速发展期。数据显示，去年，我国汽车电商总成交量已突破 70 万辆。据统计，我国汽车电商的渗透率不足 3%，未来发展空间巨大。然而，随着国内汽车消费增速逐步放缓，汽车电商也同样面临瓶颈期。汽车电商的发展同时也与多方因素紧密关联，包括汽车金融及用车环节等，如何整合资源、业务链条，成为汽车电商深入发展的关键。

以汽车之家为例，其发布的“4+1”发展战略显示，建设“车媒体、车电商、车金融、车生活”4 个圈，从“基于内容的垂直领域公司”转型升级为“基于数据技术的汽车公司这 1 个核心”。互联网与汽车产业的融合，不单是建一个交易平台进行线上导流、销售，未来会进一步深入到大数据的挖掘以及整个生态圈的打造。

陆敏表示，在平安集团入主汽车之家后，借助平安在金融方面的优势，将使汽车之家发力汽车保险及金融领域。据透露，汽车之家已经开始着手汽车金融业务，初期目标是做独立的车金融频道。

同时，未来汽车之家将依托互联网技术并进一步深挖数据，打造汽车“生态圈”。此前汽车之家在技术方面投入不是很大，而这恰恰是平安的优势，比如智能识别技术。融合了平安的核心资源之后，将有助于打造一个 2.0 版本的汽车之家。以智能识别技术为例，目前平安拥有的图像识别技术在引入汽车之家后，用户在不知道车辆名称的情况下，拍摄照片后上传至汽车之家平台，通过图像识别便能获得车辆的名称及相关信息。而在数据方面，未来将形成庞大的数据网络，并能针对车企和用户的不同需求，进行有针对性的点对点服务。

“双 11”试水新战略

汽车之家即将开启的“11.11 疯狂购车节”将首度试水“4+1”新战略，汽



车金融也成为重要一环。

汽车之家表示，与往年“11.11 疯狂购车节”只进行一天不同，今年将持续 11 天。截至目前，该购车节已有一汽-大众、一汽丰田等 70 多个品牌参与，购车补贴更是创纪录达到 3 亿元，购车就可享补贴。同时，在汽车金融方面，将针对部分品牌车型进行贴息、最高零息。而借助平安在金融领域的资源优势，不仅在移动端促进与汽车之家的流量共享，平安银行与平安产险将共同补贴购车用户 1.2 亿元，平安集团旗下 100 多万保险代理人也将参与“11.11 疯狂购车节”的信息传播和促销。



IV 本月海外市场扫描

一、日本：8大车企上半财年全球产量增长3%

据日本8大汽车厂商近日发布的数据显示，2016上半财年（4月至9月）全球生产量为1345万0615辆，比上年同期增长3.0%。丰田汽车、日产汽车、本田、富士重工上半财年产量均创历史新高。

8大汽车厂商上半财年日本国内生产量为416万8495辆，同比减少0.2%，基本持平。海外工厂产量为928万2120辆，同比增长4.5%。

上半财年汽车出口为211万6137辆，同比增长2.6%。本田面向北美市场的小型车“飞度”畅销，出口增至约2.9倍。

二、印度：打车服务Ola拟融资6亿美元 竞争Uber

印度最大的打车应用Ola计划融资6亿美元，目前正在为此而展开谈判，可能在年底前完成这笔交易。

此次融资将来自新投资者和当前投资者。Ola已有6年的运营历史，这笔融资将让该公司在至少18个月内拥有充足的资金。据了解，当前谈判仍在进行中，具体的融资规模和达成协议的日期可能发生变化。另外，当前投资者软银将参与本轮融资，甚至可能领投。

Ola这笔融资有望创下印度今年以来的最高融资纪录，并将进一步加剧Ola与Uber之间的竞争。Ola是ANI Technologies旗下企业，上一轮融资为公司估值50亿美元。而Uber是全球最具吸引力的科技创业公司之一，估值高达690亿美元。

除了软银，Ola还赢得了老虎环球基金(Tiger Global Management)的投资。预计，Ola将利用这笔资金招聘更多司机，并帮助他们租赁车辆。此外，这笔资金还有助于Ola进行市场扩张。在出售中国业务之后，Uber已开始加大对印度的投资。

三、韩法两国：联手研发无人驾驶汽车技术

韩贸易部长近日宣布，在未来三年内，韩国与法国将联合投资30亿韩元(约合265万美元)，用于无人驾驶汽车技术研发。



据韩国贸易、工业和能源部消息，韩法两国未来三年中每年将各自投资 5 亿韩元，来共同研究堵车辅助技术(TJA)，该技术可以帮助车主在堵车情况下实现汽车自动驾驶。

据悉，法国汽车制造商雷诺在韩国的分公司雷诺三星、LG 电子公司以及法国法雷奥公司等顶尖汽车与电子产品制造商也会参与此次合作。韩国贸易、工业和能源部称，预计 2020 年就可以实现堵车辅助系统(TJA)的大规模量产。

四、迪拜：推出 3D 打印自动驾驶汽车

迪拜世界贸易中心的 GITEX 技术展已经成为了中东科技创新的温床。在会展期间，阿拉伯联合酋长国(UAE)的 DigiRobotics 公司推出了该国首个 3D 打印自动驾驶汽车，名为 WiGo，其主要作用是把游客从地铁站载到展览会门口。WiGo 是阿联酋首个自主研发的 3D 打印的无人驾驶汽车，其制造、组装以及编程都是在阿联酋进行的。

WiGo 拥有强大的传感器系统和先进的 GPS 跟踪系统，这让它能够识别路上的障碍，并进行路线调整。自动驾驶汽车内有两对座椅，它们面对着彼此，此外还有一个大屏幕和四个 iPad。乘客们用这些 iPad 来确定他们要去的地方，以及进行娱乐。开发者称，3D 打印的自动驾驶汽车对于公众来说是非常安全的。

阿联酋副总统和总理兼迪拜酋长 Shaikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum 曾表示：2030 年前，迪拜国内 25% 的汽车实现无人驾驶。WiGo 的开发也是为了响应这一倡议。3D 打印车和无人车的研究都有较长的历史，但是 3D 打印和无人驾驶结合起来，则是从今年开始的。



VI 本月重点企业跟踪

一、上汽集团今年获政府补助超 11 亿元

政府补助资金在上市公司的业绩中正在扮演越来越重要的角色。据数据显示，2016 年，上汽集团前三季度共获得政府补助 11.34 亿元。

从 2010 年至 2015 年，上汽集团计入当期损益的政府补助金额（部分特殊情况的政府补助除外）分别达到 1.05 亿元、1.65 亿元、7.61 亿元、13.90 亿元、26.72 亿元和 29.64 亿元，呈现出逐年递增态势。

前三季度政府补助 超 11 亿元

1-9 月份公司营业收入为 5238.55 亿元，同比增长 11.50%；归属于上市公司股东的净利润为 230.92 亿元，同比增长 8.60%，前三季度共获得政府补助 11.34 亿元，成为名副其实的补贴大户。

汽车企业之所以成为政府的“输血大户”，绝大多数是为促进新能源车的发展。据悉，2015 年国家和地方案针对新能源车的补助高达 300 多亿元，包括基础设施，充电站和充电桩等方面的建设。另外，2015 年 10 月 1 日起，购置税减半政策开始实施，这也是汽车行业补贴高企的一大主因。

结合具体车企的利润表来看，大部分的车企利润是低于政府给它们的补贴数目的。例如，福田汽车前三季度的净利润为 2.32 亿元，这一数据只相当于其 4.82 亿元政府补贴的二分之一。对于上汽集团来说，尽管前三季度的政府补贴数额达到 11.34 亿元，但与其 230.92 亿元的净利润相比，就并不奇怪了。

据专家表示，从 2009 年到 2015 年间，上汽集团在新能源方面投入累计高达 60 亿元。而上汽集团对新能源汽车的大力投入还在继续，该公司于今年 4 月 21 日被证监会批准的总额达 150 亿元的定增计划中，用在新能源汽车项目上的资金超过一半。

数据显示，上汽集团前三季度实现整车销售 448.2 万辆，同比增长 8.4%。其中，自主乘用车荣威 RX5 上市不久月销量就突破 1.3 万辆，产品的热销将有助于自主乘用车板块大幅减亏。作为公司的主要利润来源，旗下合资公司上汽大众和上汽通用近两年均将迎来产品换代周期及产品线完善。由于上汽前三季度毛利率同比略有提升，同时受计提方式影响，销售费用同比大幅增长，与收入增速趋于一致。

斥巨资发展新能源汽车业务



当前，传统汽车行业的竞争愈发激烈，汽车行业面临变革和转型，在此情况下，国内新能源汽车市场开始快速发展，汽车企业纷纷从传统汽车行业逐渐涉入新能源汽车行业。

作为国内汽车行业的龙头，上汽集团早已在新能源汽车方面有所投入。据了解，2001年，上汽集团启动燃料电池项目。2006年，上汽集团在北京车展上展出了国内首款自主研发的混合动力轿车。2011年，上汽集团推出荣威750中混轿车，一年之后，推出荣威E50纯电动微型小车和荣威E550插电强混轿车，并实现批量投产。

长久的努力取得了成效，销量数据显示，前三季度，与其他集团相比，上汽集团产销优势明显。公司前三季度乘用车销量实现336.85万辆，高出其他集团逾百万辆。与去年同期相比，虽然其旗下企业上海大众、上汽通用销量均出现2.9%和5.3%的滑坡，但在上汽通用五菱高达22.7%的增幅助力下，集团整体销量整体实现了小幅提升。

值得一提的是，上汽集团的新能源汽车产品荣威E550自推出后销量一直上升，9月份首次突破千辆。插电混动车型在上汽的销售份额中持续提升，并且在上海地区销量占据绝对优势。

按照上汽的规划，未来上汽将从一个传统的整车制造商转型为服务制造商，因此，此前定增计划的150亿元中，39亿元将用于汽车服务与汽车金融项目。车享平台的功能完善和上汽财务公司汽车金融服务业务的拓展将成为主要方向。公司表示，到2018年后，希望上汽财务的金融业务每年能为集团带来18亿元的营业收入，净利润增加5.4亿元。

二、通用前三季度净利翻番：欧洲疲软 在中国赚了98亿

据通用汽车公布的最新第三季度财报显示，在截至9月30日的这一财季，该公司营收同比增长10%，至428.3亿美元，分配给普通股股东的净利润为27.7亿美元，与去年同期的13.6亿美元相比增长一倍以上，营收和利润双双创下历史记录。

2016年前三季度，通用汽车净利润达到75.92亿元，比去年同期的34.21亿元增长了121.9%。

通用表示，优异的表现得益于美国本土市场上的卡车销售表现以及继续保持着强劲发展态势的中国市场。相比之下，由于英国脱欧公投的影响，通用在欧洲地区的营收表现不佳。



北美市场仍旧占据最大份额

第三季度，北美地区的利润率虽然从去年同期的 11.8% 滑至 11.2%，但继续占据通用汽车公司整体盈利中的最大份额，达到 35 亿美元（税前）。通用在北美地区销量的成功，很大程度是依靠最新的皮卡车型，包括跨界车，大型 SUV 以及全尺寸皮卡，这些车成为了北美地区的销量主力。

除了美国本土市场，该季度强劲的中国市场仍为通用的国际业务带来源源不断的“活力”。据财报显示，今年第三季度通用在华合资企业按照权益法归于通用汽车的权益收益为 4.59 亿美元（人民币 31.1 亿元），较去年同期的 4.63 亿美元同比微跌 0.9%。而今年前三季度中国业务归于通用的权益收益为 14.48 亿美元（约合人民币 98 亿元）。

通用第三季度财报：通用在华合资企业销量

从销量上来看，通用在华合资企业中上汽通用实现 43.3 万辆的销量，而上汽通用五菱与一汽通用商用车共计售出 44.1 万辆，合计达到 87.4 万辆，相比于去年同期的 81.4 万辆，同比上涨 7.3%。根据通用在今年第三季度 240 万辆的全球销量，这意味着中国地区的销量就占其全球销量的约 36.4%。

欧洲市场疲软

通用在今年第三季度得到的并非全部都是好消息。据财报显示，通用不仅在南美地区“损失”了 1.21 亿美元（税前）的业务收入，在欧洲地区的业务收入也因英国脱欧公投相应亏损了 1.42 亿美元（税前），而通用在上一个季度才刚刚在欧洲市场上实现了五年以来的首次盈利。

面对疲软的欧洲市场，通用汽车首席执行官玛丽·博拉 (Mary Barra) 表现得更为“悲观”，其表示英国脱欧全民公投预计还将会在第四季度中为通用带来近 4 亿美元的“负面影响”。

三、奇瑞将投产 1.0T 发动机 计划年产 10 万台

奇瑞将对位于芜湖的发动机三厂现有“1.0 升发动机项目”进行升级改造，用于生产 1.0T 涡轮增压发动机，年产能 10 万台。根据奇瑞汽车的“十三五”战略规划，期间针对平台、新车以及核心技术等方面进行部署，其中发动机是奇瑞汽车未来发展的重要一环。

据了解，奇瑞将对位于芜湖的发动机三厂现有“1.0 升发动机项目”进行升级改造，用于生产 1.0T 涡轮增压发动机，年产能 10 万台，未来有望搭载到奇瑞



汽车旗下的小型车上。

根据审批信息显示，奇瑞《高效发动机研发及产业化项目》规模总投资为12.16亿元。其中：新增建设投资11.39亿元，铺底流动资金7,694万元。奇瑞将对发动机三厂现有“1.0升发动机项目”生产线进行改造，调整产品方案，减少部分现有产品产能。

据了解，奇瑞1.0升发动机项目技改前产品方案为年产15万台1.0升自然吸气发动机，技改后为年产1.0升自然吸气发动机5万台、1.0升涡轮增压发动机10万台。同时1.0T发动机将与1.0升发动机共线生产，总产能仍为15万台。同时奇瑞1.0升涡轮增压发动机未来将满足国六排放标准。

目前奇瑞汽车旗下在售包括艾瑞泽5、瑞虎7在内的12款产品，搭载的发动机排量包括1.0升、1.5升、1.6升、1.8升、2.0升、1.5T，全新1.0T发动机的加入将使其向小排量增压化发展。从1.0T发动机的应用范围看，奇瑞未来包括艾瑞泽3、瑞虎3、风云2等小型轿车、SUV产品均有望搭载，换搭小排量发动机后，产品售价及排放均将降低。

小排量增压化已成行业趋势，目前有超过9家自主车企在研发或即将投产1.0T发动机。其中长安汽车旗下1.0T发动机已在悦翔V7车型上成功搭载，上汽集团高层也透露旗下1.0T发动机规划于今年投产。

北汽集团此前宣布自主研发的1.0T三缸发动机一次点火成功，吉利汽车已于去年10月展开1.0T发动机生产线招标公告，这两家车企有望于2017年前后实现量产规划。

四、力帆移峰能源首座集中式新能源站启用

11月1日，力帆集团旗下移峰能源首座集中式能源站在重庆两江新区正式启用。该能源站采用分箱换电技术，三分钟就可以把电换好。力帆表示，该能源站可对近16000块电池同时充电，这意味着一座能源站每天可以满足2000辆车换电需求。目前，首座新能源站可进行2个车位的换电工作，未来将可同时进行6个车位的换电工作。

过去力帆以造车为主，现在更多的侧重在新能源服务、汽车租赁、以及金融服务领域。造车是力帆的本行，为推广新能源汽车，力帆将打造属于自己的一套能源供应体系，给用户提供更差异化、更便捷的服务体验。力帆提出的目标是为所有新能源汽车换电，2020年前力帆计划推出21款新能源汽车产品都将提供换电模式。



移峰能源首座集中式能源站总面积达 5 亩。根据功能的需要，首座集中式能源站为三层楼建筑，各楼层功能分区清晰。一层是电池储备区，该区域主要用于汽车电池的储备与电池的智能化管控充电；二层为电池更换区，同时也是服务区，主要为新能源汽车电池更换的工作区域，与传统加油站一样，也将兼顾超市、洗手间等服务区功能；三层作为能源收集储备区，在楼顶铺设太阳能采集设备，实现太阳能的采集和储存。

换电模式四大经济价值

力帆能源站利用我国电力改革成果为新能源汽车产业提供高性价比的电能，不但提升电力资源利用效率，充分利用节能高效环保机组，还可以避免弃水、弃风、弃光现象发生。能源站巨大的储能机制把废弃掉的电能传输到消费者就近的新能源站，夜间为电池充电或储能。这些储备能源将首先保证供应于电池充电使用，实现移峰填谷，实现最大化资源利用。同时为实现社会资源的共享，该站还可以给其他品牌的新能源车提供快充服务，由此可避免对电网造成冲击。

力帆能源站主要采用换电方式为电动汽车增程续航。只要车主经过简单操作，换电工位在机器手的辅助下将快速地进行电池更换。平均每台新能源车换电时间为 3 分钟，其操作比传统汽车加油站更为便捷。

智能运营摆脱电池恐惧与里程忧虑

力帆能源站的建设和运营由重庆移峰能源公司全面推进、管理。移峰能源副总经理吴基富表示，能源站除了为新能源车提供方便快捷的换电服务外，更重要的是利用能源站内的数据库对新能源汽车的电池进行智能化管理，通过物联网和车联网监控车辆储电情况，保障电池安全、稳定、可靠地工作。

力帆能源站采用智能化电池充电模式，根据电池电量的不同，给予恒温平衡充电，最大限度地保证电池的稳定性与使用寿命，降低消费成本，消除车主的电池恐惧；力帆能源站的智能化电池管理系统还具备电池电量监控的功能，应及时换电，根据用户的距离，还能提供送电上门的服务，改变用户的里程忧虑。

移峰能源目前有三种规模的换电设施，一个就是集中式能源站，换电能力强，每天可为 2000 台提供换电服务。第二是分布式电客栈，占地少，网点多，换电比较灵活。第三种是移动能源车，作为前两种换电方式的补充。移动能源车具有机动、灵活的特点。在没有换电站和电客栈的地方，移动能源车能够提供上门换电服务。

今年将建 5 座集中式能源站

移峰能源采中分箱式换电技术，电池由供应商提供，预计单站的投资为 3000



万元。力帆集团首席科学家陈卫博士介绍，投资一座移峰能源站预计四年可以收回成本实现盈利。“能源站换电所使用的电和我们平时用电是不一样的。2015年国家出台了电力侧改革政策，有序向社会资本开放配售电业务。利用峰谷电价我们采用“移峰填谷”的方式，把晚上浪费掉的电力传输到能源站夜间为电池充电或储能。这个成本要比白天用充电桩小很多。同时，我们采用专用充电设备集中式充电，电池寿命更长，比普通充电成本更低。同时3分钟换电模式比充电桩效率更高，能服务更多车辆。用电成本的降低、相同单位时间内换电能力更高、业务量更大，这些都是充电模式所不具备的优势，也是我们的盈利点。”

目前，力帆在建的，能满足2000辆/日换电的集中式能源站有2座，并将在近期内再开建3座。为加速产业布局，推动行业发展，力帆也在建设一种小型的、能提供200辆/日换电的分布式能源站，力争在今年建成50座，覆盖重庆、成都、杭州、济源、绵阳、郑州等城市，形成一个多元立体并且快速的换电体系，为消费者提供最大程度的便利。力帆计划未来五年在京津冀、长三角、珠三角、西南、华中等主要城市建成500座能源站。

五、丰田进军汽车共享市场 智能手机车钥匙显神通

10月31日，丰田公司宣布，将联手美国汽车共享公司Getaround进行智能手机车钥匙试点计划，预计将于明年1月在旧金山地区率先进行试点。

这样的智能手机+车钥匙服务，丰田命名为smart key box，用户能通过手机APP对汽车进行解锁和发动汽车。不过，这个APP仅限之前在Getaround注册过的用户使用，能提供更为安全的租车和借车服务。

Getaround是一家P2P汽车共享服务公司，私家车主能借助该平台在空闲时间将车辆外借。Getaround的创始人兼CEO Sam Zaid说道：“Getaround的目标一直是鼓励人们在任何地方都能共享汽车。而丰田的移动服务给了我们新机遇。”而在今年10月，丰田刚刚向这家公司注入了大笔战略投资，具体数额并未对外公布。

这项试点计划只是丰田搭建“移动服务平台”(mobility services platform)的一小部分，是丰田进军汽车共享移动市场的一小步，该平台和移动公司合作，旨在为用户提供汽车管理系统和租赁项目。