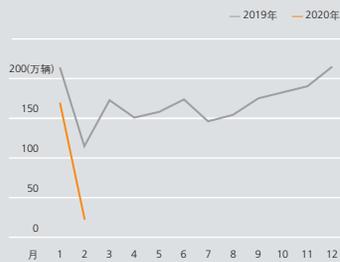


本栏数据根据相关资料整理

2020年2月汽车市场发展动态



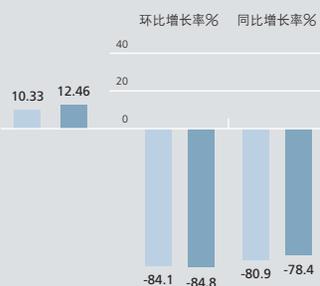
2020年2月MPV产销量表现



2020年2月SUV产销量表现



2020年2月轿车产销量表现



2020年2月乘用车销量表现



2月乘用车狂跌8成，活下去成最迫切目标

文 / 杜余鑫

没有惊喜和意外，受疫情影响，2月份车市如同大家连日来看到的那样，比春节期间的1月份更为糟糕，成为史上最差的月度表现。根据乘联会3月9日发布的数据显示，2月份全国狭义乘用车批发销量仅为21.78万辆，同比下跌82%，而终端零售销量随着2月最后一周销售的回暖，达到25.23万辆，同比下跌78.5%。

疫情之下，必要的疫情防控工作带来的经济社会、生产生活的停滞，让车市的下滑已成定局。随着3月份各大车企公布的数字来看，国内龙头汽车集团上汽集团整体下滑达到86.95%，而之前一骑绝尘的本田（1.12万辆，-85.1%）、丰田（2.38万辆，-70.2%）等品牌也遭受重创。

不难理解，2月车市无论是从生产还是销售方面，在新冠病毒疫情面前的影响都是巨大的。生产方面由于疫情管控，工厂几乎难以开业，除了部分非重点区域的工厂在2月10日进行复工后，但也因为上下游零部件、物流等因素影响，复产率极低。整个2月乘用车生产21.5万万辆，同比下降80.6%。生产受阻、物流阻碍也影响了车辆的批发，2月厂家批发销量21.79万辆，同比去年2月下降82%，环比1月下降86%。

而销售方面，全国各地经销商零售基本闭店、全面停止销售服务运营，因此绝大部分经销商2月前三周的零售销量基本为零。当然由于国家呼吁减少外出活动，有条件的企业进行在线远程办公，居民的出行欲望并不强烈；同时疫情期间车辆上牌等手续暂停，因此2月交付也有延期的现象，抑制了购车积极性。

较为奇怪的是批发销量上吉利和奇瑞排名蹭蹭上涨，分别位居乘用车企第二名和第三名，成为近几年来表现最好的月份。可以猜测，一方面是二者在厂家库存方面存在优势，因此2月份批发销量可以受复工影响较小，另一方面两家本土品牌在工厂基地和产能布局 and 分布上较为有优势，在物流运输方面的限制较小，零部件供应或备货充足等。无疑这也为汽车厂家在工厂产业布局上留下了思考，是否需要在全国分散布局工厂，分散突发灾害带来的产能影响。

在零售销售上，吉利再次进入前三，长安汽车进入第五，东风日产滑落至第六。前十强中新进的北京奔驰进入第八位，上汽通用五菱跌至第九，而奇瑞汽车历经多年首次进入前十强。可以想象，能够在2月份的终端销售上取得比对手更好的成绩，最大优势就在于库存，作为经销商的一把双刃剑，原本在春节前夕实现了高库存和高风险，反而在特殊的2月份能够实现更快的新车交付。同时高库存带来的资金链压力也迫使车企在价格上有所松动，对终端销售有很好的促进作用。

而根据上汽集团的研判，3月份车市或将下滑50%，4月下滑幅度或达到30%，这也意味着3月、4月份的汽车依然不容乐观。乘联会预测，按照目前国家预测的4月末解除疫情判断，接下来的3月~4月各地疫情管控逐步解禁，生产生活步入正轨，车市将逐步回暖，预计要到今年5月份车市才能够恢复正常水平。

当然一个更好的消息在于去年下半年带来的同期低对比基数，或将在今年下半年带来数字上的可喜趋势，特别是疫情之后一二线城市的首购、增换购用户的的增长，以及国家和各地方刺激汽车消费等政策的逐步落实，有望正向拉动汽车市场发展。

综合来看，2020全年车市零售预计下滑8%左右。新环境下车市竞争拉开新局面，更多车企有信心迎来春暖花开的时刻，但现实依然相当残酷，对一部分末位品牌来说，疫情也加速了黑暗的到来。

網易 汽车
auto·163·com

车生活
有态度

正直敢言·专业精品·用户视角·轻松阅读



网易汽车



网易新闻