

长安汽车上半年营收大幅缩水

青年报 孙臣

从“官降”到MPV市场遇冷再到SUV遭遇劲敌，长安汽车并不是第一个经历“低谷”的自主品牌。但如何避免“极盛不过三年”的现状，还需要从产品出发，同时提升品牌力，才有可能继续保持领先的状态。

在长安汽车身上体现的淋漓尽致，曾凭借着合资品牌的强势以及自主品牌的突飞猛进，长安汽车一路高歌，除了连续称霸自主品牌第一之外在总销量方面2016年还直逼一汽，差点挤进前三。但是到了今年，长安汽车除了自主品牌遭遇强劲对手之外，合资品牌也纷纷受挫。

长安福特下滑严重

如果从上半年数据来看，长安汽车累计产销汽车分别为138.0176万辆和142.9511万辆，分别同比下降5.37%和3.63%，这也是近年来公司首度出现的半年产销双降。不仅如此，长安汽车在8月30日晚间公布的半年报中，营收与净利润率也出现同比下滑。

财报显示，2017年1至6月，长安汽车实现营业收入355.55亿元，同比下降6.27%。归属于上市公司股东的净利润46.21亿元，同比下降15.85%。扣非后净利润35.57亿元，同比降幅扩大至29.59%，每股收益0.96元。报告期内，公司共获得政府补贴等各类非经损益10.64亿元。

在过去一段时间，长安自主品牌还未起势的时期，长安汽车几乎全靠长安福特以及长安马自达等合资品牌为其“赚取”利润，不过这一情况在今年发生了改变。长安福特的2017年上半年营业总收入为494.23亿元，同比减少13%，净利润为62.39亿元，同比下滑31.98%。

根据全国乘用车市场信息联席会数据显示，今年上半年长安福特累计销售36.58万辆，



同比下滑13.62%，如果按照100万辆的年销量目标来看完成率不足40%。

下滑最为严重的则为翼虎、翼搏两款SUV车型，虽然在4月份翼虎推出“官降”后，5~6月销量呈现上升势头，但整体上半年仍难挽颓势。翼虎上半年累计销量仅为4.27万辆，同比下滑25%。另外，翼搏自2015年开始销量就已经呈现逐渐走低之势，今年上半年仅销售1.34万辆，同比下滑41%。

业内人士分析，按照目前长安福特的新车规划，下半年仅有一款翼搏改款推出，至少年内很难看到产品上新的增长点。特别是2017~2018年仍将是长安福特产品结构相对偏弱的两年，未来几年仍将面临较大的盈利能力下滑风险。

盈利能力下降

2012~2015完全可以称作是自主品牌的“长安时代”，凭借在当时几乎完整的产品线，长安自主品牌销量在2015年突破100万辆，这在自主品牌历史中绝对属于里程碑的时刻。

但是这种情况在2016年出现了变化，除了合资品牌的价格下探以外，吉利、长城等自主品牌纷纷起势，无论从产品还是品牌等方面都对长安汽车造成了一定程度的影响。特别是

在受购置税优惠收窄以及汽车行业整体增速放缓影响，长安自主品牌的销量在2017年几遇波折。特别是在今年4月，长安汽车单月销售4.46万辆，同比下滑49.6%。

5月，长安汽车迅速采取了“官降”措施，包括除今年上市的CS95和凌轩之外，旗下的CS15、CS35、CS75等车型全系优惠4000~18000元不等。当然长安自主品牌6月销量环比也借此大幅回升。

不过这个回升在业界看来无疑是“以价换市”，另外从长安汽车7月销量以及出现同比下滑来看，“官降”的效果并不明显。据统计，长安自主品牌前7月累计销售59.3万辆，同比下降5.4%。对比吉利汽车、广汽乘用车和上汽通用五菱的销量大幅攀升，长安自主品牌相形见绌。

对于哈弗H6、传祺GS4、吉利博越甚至荣威RX5而言，长安CS75垂直换代缓慢的节奏让其深陷困局，从去年以来，销量出现了明显的波动。不仅如此，CS35也出现与CS75近似相同的现状。虽然CS15与CX70在一定程度上还能助力长安汽车在SUV市场的地位，但是长安汽车的整体增速已经明显放慢。

长安汽车在今年3月底上市的CS95车型面对着当初长安

汽车的期望值还有一定差距。目前，早于CS95上市的传祺GS8月均销量已在8000左右，上半年已累计售出超过5万辆。值得一提的是，今年7月26日新上市的CS55成为目前长安自主品牌最大的闪光点，根据长安汽车消息显示，CS55上市12天便订单破万，其定位于CS35与CS75之间，长安汽车也给CS55订下了冲击20万辆的年度目标。

长安今年也并非产品小年，欧尚A800、CS95、CS55以及凌轩已上市，接下来睿骋CC和全新逸动也将亮相，就像长安汽车总裁朱华荣认为的，今年长安汽车呈低开高走之势，在对产品结构以及整个架构进行一系列调整之后，长安汽车自主品牌仍然会保持增长。

虽然长安自主品牌今年有望继续卫冕自主品牌销量冠军，但在利润方面却不尽如人意。财务数据显示，其单车利润远远落后于长城汽车、广汽集团、上汽集团。

分析人士指出，长安自主品牌销量规模连续两年超百万辆，盈利额度却未能与其规模相匹配，这也是拖累长安股价持续走低的主要原因。汽车行业分析师认为，长安汽车接下来更应关注的是提升经营质量，实现利润与销量规模的同步增长。

■资讯

神州租车8折预订十一黄金境外游

今年中秋节撞上国庆黄金周，8天超长假期激发大众旅游热情，国外长线旅游路线尤受欢迎。目前，多个在线旅游平台进入出境游预订高峰，欧美等热门旅游路线预订火爆。神州租车已正式开放国庆境外租车预订惠。

为了给更多国内游客提供高品质的租车服务，神州租车联合全球租车行业领导品牌赫兹推出境外租车优惠活动，在指定日期下单即可享受8折优惠，数量有限限前10万单。具体规则如下：自2017年9月1日至2017年11月30日期间，预订美国、加拿大、新西兰、英国、法国等9大热门旅游国家租车服务，并在2017年12月15日之前完成取车的订单，即可享受8折优惠。

据介绍，用户可通过神州租车APP、官方网站、WAP直接预订国际租车。租车平台免费提供驾照英文翻译认证服务，简化租车手续。此外，每台车配备中文GPS导航，遇到问题用户可直接联系中文客服进行沟通，平台将提供24小时救援服务。用户也可在赫兹150多个国家的10400个服务网点间实现异地取还车，自由安排行程。

青年报 车键

长安马自达8月销量1.6万

今年前4个月，长安马自达销量出现连续下滑，而自5月开始，其整体销量开始回归正增长，尽管增幅不高，但态势基本稳定。而进入到8月，长安马自达继续正增长，并且增幅有所提高。最新数据显示，长安马自达8月销量为15825辆，同比增长3.4%。

今年年初，长安马自达表示将在2016全年193615辆销量的基础上挑战更高的目标。根据目前数据，其1~8月销量累计10余万辆。接下来随着车市传统旺季的到来，市场需求将有一定幅度的增加，同时其全新一代CX-5将于9月21日上市，同样有利于销量的进一步提升，从这两点来看，其全年目标有望达成。

长安集团公布的2017半年度报告显示：长安马自达1~6月份营业总收入为108.6亿元，与去年同期相比增长2.9%；归属于上市公司母公司的利润为12亿元，同比增长26%。利润的增长得益于主力车型昂克赛拉销量的稳定提升，同时单品利润更高的CX-5销量同比大增22.9%。可以看出，其销量的增加一定程度拉动了利润的提升。而从其7月和8月的表现来看，下半年的营收及利润情况或许更佳。

青年报 孙臣

广汽本田8月持续热销

青年报 车键

近日，广汽本田8月销量数据出炉，旗下多款车型销量表现亮眼，全系产品实现终端销量60261辆，同比增长6.6%。1~8月，广汽本田累计终端销量452615辆，同比增长12%，销量增长势头强劲。作为广汽Honda品牌的明星车型，冠道、新雅阁锐混动、缤智等车型持续热销。豪华品牌广汽Acura，全系总销量达到1373台，相比去年同期增长58%，进一步夯实高端品牌形象。

8月雅阁家族实现终端销量10671辆。其中，新雅阁锐混动凭借兼顾驾驶乐趣与绿色环保的科技魅力，受到市场和精英用户的广泛好评，终端销量1246辆，继续蝉联中高级轿车混动车型销量冠军，成为广汽本田布局混合动力市场的强

劲发力点。今年1~8月，雅阁品牌累计终端销量达到97901辆，同比劲增34.7%。

全新大型豪华SUV冠道凭借其“强大而优雅”的尖端魅力，在8月共收获8010辆的终端销量，环比增长10.8%，其中，今年3月上市的冠道240TURBO凭借优越的产品性能和22万起的高性价比价格实力圈粉。为全面释放冠道240TURBO的尖端魅力，9月至10月，广汽本田在广州、沈阳、上海、武汉、成都、北京六大城市，开展“1 MILLION POWER DRIVE”劲速联城冠道240TURBO深度试驾体验活动，通过丰富有趣的用户试驾与深度体验环节，让广大用户为冠道的产品实力证言。

此外，缤智在艺术营销领域继续发力，独家冠名的teamLab《舞动艺术展&未来游乐园》主题展目前已在深圳开放，而



其中的缤智品牌专区已于8月底开放，公众可以近距离感受缤智的先锋艺术魅力。在艺术营销助力下，缤智8月终端销量13993辆，同比增长6.0%。9月10日，广汽本田与teamLab再次联手打造的GEEKS PARTY将在深圳华侨城欢乐海岸狂欢广场倾情上演，届时在极具艺术感的光影幻象中，2018款缤智将焕新上市。

“梦想中级车”凌派8月实

现终端销量8910辆，同比增长9.6%，“型格辣爸”首选的奥德赛和“潮玩”飞度8月也分别实现终端销量3057辆、8741辆。而作为“MODE型格风范”的代表——锋范，上半年在与明星薛之谦联合开展的多项营销活动下，终端销量也持续提升，8月终端销量达到5506辆，环比增长17.6%。据悉，MODE CHOICE锋范快闪店品牌活动在9月将继续在昆明、重庆、南京火热开展。