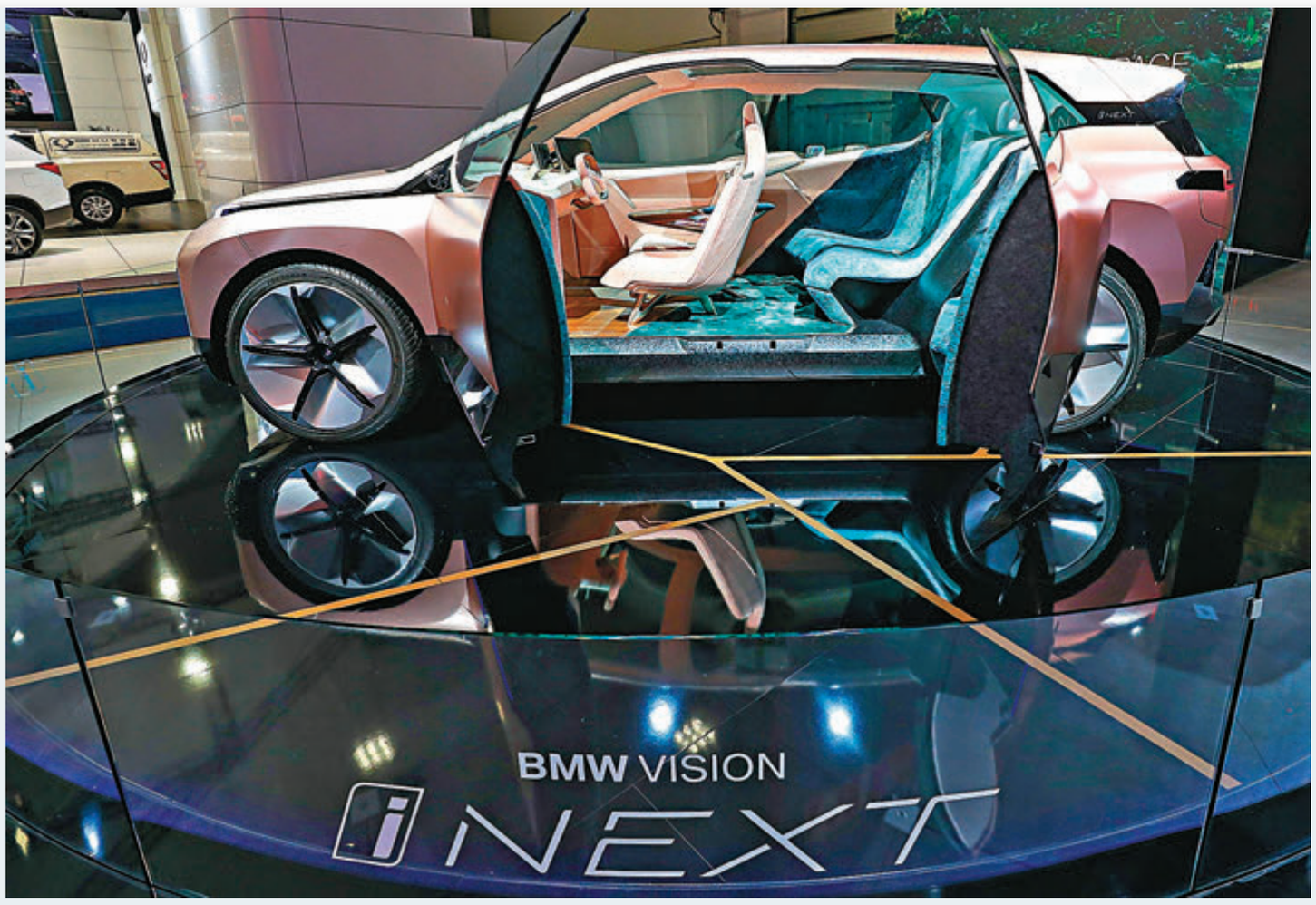
內地車市冷暖不均 國產車遇冷 豪華車大熱

寶馬在華銷量佔全球三成

各汽車廠商近日相繼公佈2019年度銷售數據，回首去年，內地車市在整體低迷中分化愈發明顯。豪華車品牌強者恒強，僅此陣營銷售量錄得正增長，尤其是寶馬業績摘得內地銷量冠軍，拿到入華26年來的最好成績。而其他品牌無論是國產車亦或合資品牌均銷量下滑，並拖累總體車市銷量第二年下滑且降幅擴大。有機構稱，車企分化意味着內地汽車市場淘汰賽加劇，「濫竽充數」者無法再「躺贏」，接下來的大浪淘沙還將繼續。

■香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道



■中國內地市場已經成為寶馬集團最大單一銷售市場，去年為其貢獻了近三成全球銷量。 資料圖片

2019年各品牌汽車銷情

合資品牌	2019年累計銷量	−6.3%
國產品牌	2019年累計銷量	−14.9%
豪華品牌	2019年累計銷量	+7.6%
總體車市	2019年累計銷量	−7.8%

2019年主要豪華品牌車在華銷量

品牌	2019年銷量	變化
寶馬（含MINI）	723,680輛	+13.1%
奔馳（含smart）	702,088輛	+4.0%
奧迪	690,083輛	+4.1%
凱迪拉克	213,717輛	−6.3%
雷克薩斯	200,521輛	+25%
沃爾沃	154,559輛	+18.4%

數據來源：乘聯會 整理：記者 孔雯瓊

據寶馬集團公佈的銷量數據顯示，2019年在內地市場共銷售約72.37萬輛，同比增長13.1%，成為內地銷量第一的豪華汽車品牌，這亦是寶馬集團自1994年進入內地市場以來取得的最好銷售紀錄。

寶馬在公佈數據當天發表的一份聲明指出，26年來，內地已逐漸發展成寶馬集團全球戰略引領性市場，內地市場已不僅是寶馬集團最大單一銷售市場，更升級為全球創新中心和新能源生產研發基地。

寶馬在華售出逾72萬輛

內地市場已經成為寶馬集團最大單一銷售市場，2019年寶馬集團在全球範圍內共銷售了252萬輛寶馬車，其中內地市場為其貢獻了近三成銷量。寶馬集團同時表示，銷量成績得益於不斷豐富的產品序列，去年國產全新BMW 3系、國產BMW X2、全新BMW X6、創新BMW X7、創新BMW X3 M等20餘款新品推動了寶馬集團的整體銷量。

據乘聯會公佈的銷量數據細分到品牌陣營來看，去年豪華車品牌銷量同比上漲7.6%。除寶馬獲得佳績外，奔馳去年銷量70.21萬台增幅4%；奧迪銷量69萬台增幅4.1%；雷克薩斯首次在華突破了20萬輛大關，同比大漲25%。

去年全國汽車產銷量俱跌

但豪華車以外的陣營，日子並不太好過。去年合資品牌車銷量下降6.3%，本土國產品牌大降14.9%。具體到車企，比亞迪2019年總銷量為46.14萬輛，同比下降11.39%；上汽大眾全年銷量200.1萬輛，相比去年206萬輛的成績同比下降了3.07%；馬自達的銷量則減少16.4%至22.77萬輛，連續2年陷入負增長；吉利汽車去年總銷量136萬輛，較去年同期減少約9%。

整體上內地車市寒冬依舊，未擺脫下行趨勢。據中國汽車工業協會13日發佈的數據顯示，2019年汽車產銷分別完成2,572.1萬輛和2,576.9萬輛，同比分別下降7.5%和8.2%，降幅比上年分別擴大4.2和5.4個百分點。

拚眞功夫 部分車企或出局

對於內地車市分化現象，諮詢公司麥肯錫稱「這是最好的時代，也是最壞的時代」。說壞是因為淘汰賽打響，30年內地車市的高速增長掩護了很多「濫竽充數」者，這些企業在大浪退潮後顯露無遺，再過一兩年會「揮手自茲去」。當前尾部車企的出清在加速，據中金公司報告，去年12月單月，東南、眾泰銷量大幅下滑，當月的同比降幅分別為58%和85%。

麥肯錫同時稱，未來發展要比拚真功夫，車企亦會加速優化轉型，並更加聆聽消費者的需求。從剛過去的2019年12月來看，部分內地一線自主品牌已經開始發力，吉利中國品牌吉利汽車12月銷量130,036輛，同比增長39.3%，長安汽車2019年12月份共計銷售19,3716輛，同比大增31%。

國內一線自主品牌開始發力

展望未來，中金認為內地去年12月份汽車銷量低於預期，或有損市場情緒，估計在春節提前及高基數下，1月份同比降幅將更大，跌幅或達15%至20%。不過受惠於較低基數，預測今年2月至5月份內地汽車銷售同比表現有望改善，預計今年乘用車銷量回歸輕微增長，總量表現相對平淡。

新能源汽車銷量首降

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道） 以前車市「寒流」中，新能源汽車往往較為「抗寒」，但據最新數據顯示，2019年隨着新能源汽車補貼的大幅度下滑，亦第一次出現新能源汽車銷量年度下滑。

工業和信息化部部長苗圩日前在論壇上透露了去年內地新能源汽車銷量情況。數據顯示，2019年我國新能源汽車銷量為120.6萬輛，較2018年的125.6萬輛下滑約4%。這是內地大力推動新能源汽車市場發展以來，第一次出現新能源汽車下滑。

自去年6月26日新能源汽車補貼退坡後，直接導致2019年下半年新能源車銷量「六連降」，新能源汽車銷量在7至12月同比降幅分別為4.7%、15.8%、34.2%、45.6%、43.7%、15.1%。

就新能源車龍頭企業來看，比亞迪新能源汽車去年總銷量為22.95萬輛，同比降低7.39%；蔚來汽車全年銷量達20.57萬輛，雖然同比增長81.2%，但仍不及預期。

■去年新能源汽車銷量首現年度下滑，圖為近日舉辦的第二屆海口國際新能源暨智能網聯汽車展覽會。 資料圖片

現有補貼標準或延續

隨着國產特斯拉今年1月7日起規模化交付，使得業界對產新能源汽車再次燃起熱度。另據苗圩表示，新能源汽車財政補貼在2020年7月不會進一步退坡，意味着今年不會推出專門針對2020年的補貼標準，現有的補貼標準有望延續。政策的穩定亦給市場帶來希望。

不過業內專家認為，新能源車市出現的「六連降」會讓政府、車企、消費者等多方重新審視新能源汽車市場，儘管政府會推出更利好新能源汽車發展和銷量提升的政策，但消費者也將更為理性。料進入到2020年後，新能源汽車的銷量不會有太大提升，仍將會處於一個調整期。

短線存壓 A股回調

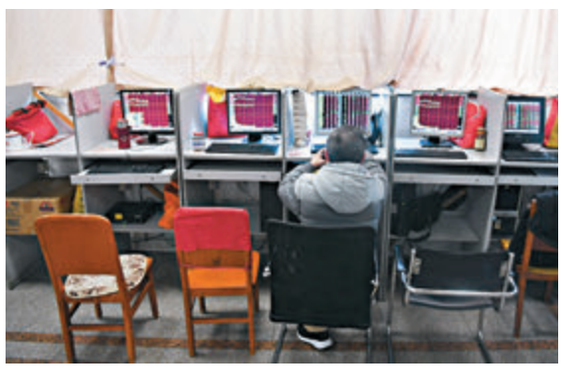
香港文匯報訊（記者 章蘿蘭 上海報道） 昨日市場雖不乏利好消息，但因短線調整壓力猶存，滬深指數齊步低收，滬綜指下挫0.28%，深成指和創業板指分別回調0.47%、0.65%。

海關總署當日公佈，在全球經貿風險和不確定性加劇的背景下，內地外貿繼續保持穩中提質勢頭，2019年外貿進出口總值31.54萬億元（人民幣，下同），同比增長3.4%，全年進出口、出口、進口均創歷史新高。

另外，養老金委託投資總金額已超萬億元。人力資源和社會保障部新聞發言人盧愛紅透露，截至2019年底，已有22個省(區、市)簽署基本養老保險基金委託投資合同，委託總金額達到10,930億元。其中，19個省(區、市)已啟動城鄉居民基本養老保險基金委託投資，合同金額2123億元，同比增加1,350億元。

滬綜指高開低走

受益於重重利好，早盤滬綜指高開0.16%，起先震盪緩步上行，但觸及3,127點後即節節回調，午後指數翻綠，反彈乏力。截至收市，滬綜指報3,106點，跌8點或0.28%；深成指報10,988點，跌51點或0.47%；創業板指報1,922點，跌12點或0.65%。兩市共成交7,019億元，其中滬市錄得2,715億元。



■滬指昨收報3,106點，跌8點或0.28%。 資料圖片

和信投顧分析，技術上，滬綜指面臨上方3,146點壓力考驗，市場量能接濟不力等因素，導致目前上行趨勢稍顯猶豫，但只要未有效跌破五日線，則大可不必擔心短期波動。容維證券仍然看好春節紅包行情，認為滬指已經攻至3,100點上方，如果後市放量突破，將進一步打開上漲空間，大盤走勢仍然樂觀。

外資或准設獨立數字銀行平台

香港文匯報訊 有消息指，內地正在着手制定首項針對純網絡銀行(online-only banking)運作的規則，以將金融業風險降至最小，並吸引包括外資銀行在內的市場參與者。路透社引述消息人士稱，這些規則還有可能為花旗、匯豐和渣打等已經在內地有業務的外資銀行提供支持，允許他們設立獨立的數字銀行平台。

報道指，消息人士稱，包括外資行在內的十幾家集團正在與內地監管機構商談新規問題，並表示有興趣推出數字銀行業務。這位消息人士參與了同銀行監管機構的討論，並稱，新規將允許這些集團同科技公司合作，開設獨立的數字銀行平台。

該人士說，隨着政府推進放寬外資進入內地龐大金融市場限制的戰略，銀行業者有望獲准在純網絡銀行業務中持有多數股權。有關框架將涵蓋阿里巴巴(9988.HK)和騰訊控股(0700.HK)等旗下現有的網絡銀行部門，將構成內地對快速增長的數字銀行業進行標準化監管的第一個全面舉措。

或可持純網銀多數股權

自2014年以來，內地批准了四家純網絡銀行，包括騰訊支持的微眾銀行(WeBank)、阿里巴巴的MYbank以及中信銀行與百度聯手打造的AI銀行(AiBank)。而其他境內境外的亞洲經濟體，包括香港和新加坡，也都在引入純數字銀行。目前，企業對數據以及數字和人工智能技術的運用，使內地金融服務業的格局發生了重大變化，從支付處理到投資產品銷售等方方面面都受到影響。

華潤醫藥去年研發支出10億元

香港文匯報訊 華潤醫藥集團(3320.HK)解析其「醫藥模式」及創新邏輯，並更新業務發展詳情。集團稱旗下銷售額過億港元的產品有48個，擁有眾多馳名品牌，包括三九、雙鶴、賽科、紫竹、東阿阿膠、江中及毓婷等。此外，集團在28個省份擁有198家下屬公司及185家物流中心，分銷業務覆蓋超過6萬家醫院和醫療機構。被稱為醫藥行業的「隱形冠軍」。

近幾年來，集團不斷加大研發和創新投入，從2019年研發支出超過10億元人民幣。按2018年收益計算，集團是內地第一大非處方藥製造商、第五大醫藥製造商，也是內地第三大醫藥分銷商，其通過華潤三九、東阿阿膠、華潤江中、華潤紫竹及華潤雙鶴、華潤醫藥商業、德信行及華潤堂等品牌保持着市場領先地位。

B2B電商或成傳統工業驅動器

香港文匯報訊（記者 章蘿蘭 上海報道） 當前內地製造業發展持續承壓，企業普遍面臨盈利難題，尤其是傳統線下分銷體系效率低下的問題。貝恩公司與阿里巴巴昨日共同發佈的報告指出，B2B電商有望助力傳統工業企業攻克難關，隨着數字科技與生態體系持續驅動新一代工業品B2B電商發展，料至2024年，內地工業品B2B電商線上交易規模將達2.3萬億元（人民幣，下同），滲透率將從目前的2%升至5%。

研究發現，B2B電商歷經「信息黃頁時代（1999年至2011年）」和「交易平台時代（2012年至2016年）」於2017年開始步入由供應鏈生態驅動的「數字化供銷時代」。近幾年內地工業品B2B電商交易規模保持了快速增長，2015年至今線上交易規模年複合增長率約為30%，2019年線上交易估計已達7,000億元。

線上交易規模料達2.3萬億

貝恩公司全球合夥人、亞太區績效提升業務主席曾偉民表示，未來五年，B2B電商將迎來新的拐點，隨着內地在交易基礎設施的不斷完善，供需兩端的銷售與採購價值將逐步凸顯。

調查顯示，儘管內地工業品B2B電商仍處於發展初期，但參與B2B電商的供銷企業數量增長迅猛。據透露，以阿里巴巴1688工業市場為例，已有超10,000家品牌企業簽約，全球工業品牌50強中已有超過70%入駐1688工業品牌。此外，1688平台企業買家總數已達2,800萬，其中工業品牌日活躍量超50萬。