

暴亂害苦 港客運量跌穿500萬 五年最差

【大公報訊】記者林靜文報導：香港暴力衝突持續影響赴港旅客意欲，繼8月港機場客運量按年大跌85萬人次後，9月客運量再跌71萬人次，同比跌12.8%至485.6萬人次，為連續兩個月錄得雙位數跌幅。上月香港客運量跌穿500萬人次大關，是2014年3月以來表現最差的月份。貨運方面，港機場貨運量亦連跌6個月，上月跌5.9%至40.6萬噸。

機管局公佈上月香港航空交通數據，三項交通數據紛紛錄得下跌，除了客、貨運量，飛機起降量亦跌1%至33,390架次。機管局指出，9月份整體客運量減少主要受訪港旅客量減少影響。然而，與去年同期比較，轉

機/過境旅客量則錄得5%增長，往來香港及日本的客運量亦上升4%。

航空發展與機場三跑道系統諮詢委員會委員劉洋回應《大公報》查詢時表示，近期機場客運量下跌主要與大環境有關，「這幾個月訪港旅客數下跌，那機場旅客量下跌就不足為奇了。」他直接，「旅客量想上去，『止暴制亂』非常重要。」

與陷入內外交困的香港不同，隨着人民生活質量提升，外遊增加，同在粵港澳大灣區內的廣州和深圳機場客運量持續增長。根據廣州白雲國際機場與深圳機場公佈的數據，上月廣州白雲機場客運量同比增長8.49%至

601.73萬人次；深圳機場客運量同比升13.4%至433.85萬人次。

劉洋：開源節流重中之重

至於貨運方面則主要受外部貿易因素影響較大，劉洋認為，「開源節流」是重中之重。「開源」即尋找新貨源，包括大灣區、整個廣東、廣西、乃至西南和中部省份，都是香港要再開發的貨源。「節流」即如何能加強自身服務，降低費率。機管局提及，由於全球貿易環境持續不明朗，9月份貨運量持續收縮，但轉口貨運量跌幅則從8月份雙位數字收窄至9月份的單位數字5%，情況

明顯改善。在主要貿易地區中，來往日本及印度的貨運量更錄得升幅。

機管局還預告了國慶黃金周的的情況，轉機旅客量於10月1日至7日國慶黃金假期期間繼續上升，機場海天客運碼頭的跨境快船旅客量於10月1日達破紀錄的15,455人次，超越2015年創下12,922人次的單日客運量紀錄。海空及空海聯運的單日客運量亦創新紀錄，分別於10月1日及7日錄得14,347人次及8,854人次。

廣深港三地機場上月表現

機場	客運量	按年變動	貨運量	按年變動
廣州機場	601.73萬人次	+8.49%	17.17萬噸	+3.16%
香港機場	485.60萬人次	-12.8%	40.6萬噸	-5.9%
深圳機場	433.85萬人次	+13.4%	11.96萬噸	+11.7%

提高零部件技術含量 銷售方式更靈活

車企練「內功」 大浪淘沙見真金

多家車企近期陸續傳來倒閉消息，令內地汽車行業風聲鶴唳。最新公佈的9月內地汽車產銷已連續15個月同比下降，不少聲音認為，內地汽車行業正迎來淘汰期。有業內人士認為，汽車產業進入「洗牌期」反映了市場趨向成熟理性。在大浪淘沙的過程中，越來越多車企透過增強自身實力、靈活調整市場策略，在越來越殘酷的市場競爭中謀求生存。

大公報記者 盧靜怡(文/圖)

去年以來，內地汽車產銷遭遇28年來的首次負增長；今年，汽車銷售仍陷困局。今年年初，中國汽車工業協會預測2019年產銷量將與去年持平，保持2,800萬輛的體量，但目前仍未達預期。中汽協本月最新發佈的分析認為，中國汽車工業在消費信心不足、部分地區提前切換國六標準等不利因素影響下，總體表現較弱，尤其是上半年更是出現了10%以上的下降。中汽協副秘書長師建華稱，樂觀預期全年下滑幅度為5%，若後續沒有良好的改善，負5%也難實現。

傳4企破產 涉500億壞帳

香港汽車零件工業協會永遠榮譽副會長兼司庫梁嘉平指出，過去粗獷發展的內地汽車行業進入淘汰期是必然過程，汽車廠商整合未必是壞事。整合可帶來新優勢，如資源集中，品質提升，同時減少惡性競爭。他坦言，目前內地汽車產業經營壓力確實在增大。因為，內地工資成本上漲，而且正實施更嚴格的環保條例，生產成本也上漲，同時內地目前消費乏力。

汽車行業下行的壓力，最先在新能源汽車這一薄弱環節中暴露出來。產銷低迷、補貼政策加速退出，使新能源汽車產業面臨雙重壓力。網上近日流傳的某股份銀行一則展開內部風險排查的通知，要求對4家車企上下游產業鏈情況進行風險排查，並引用媒體公開報道消息，「獵豹汽車、眾泰汽車、華泰汽車、力帆汽車4家車企年底將進入破產程序，預計涉及上下游汽配供應商產業鏈合計約500億元(人民幣)壞帳。」

行業寒冬倒逼企業轉型

汽車行業銷售緩慢，壓力已傳遞到內地汽車零部件產業鏈，中國汽車行業整體進入了倒閉轉型的新階段。「目前，中國汽車行業的利潤



▲不少汽車廠商負責人正積極尋找新營銷方式，以增加銷量

正逐步從整車銷售的價值鏈前段向價值鏈後端轉移。」中國機械國際合作股份有限公司總經理趙立志認為，這反而對汽車產業的優化發展帶來機會，包括汽車零配件、汽車金融和出行服務在內的市場將持續旺盛增長。「在中國由汽車製造大國邁向汽車強國的過程中，對零部件企業提出了更高的要求。」

面對市場壓力，不少車企正通過提高零部件技術含量和靈活的銷售方式以圖生存。浙江德利眾機械製造有限公司是一家生產汽車底盤的大型企業，其銷售負責人劉正輝告訴記者，公司研發如何在用料上創新，開發性價比更高的新產品，同時提升後勤服務的範圍，站在客戶方思考問題。

降價散貨 競爭更激烈

劉正輝解釋，不少車企資金鏈緊張。「過去我們對訂單有硬性要求，比如過往購買汽車底盤最低要1,000件起，現在我們100個都可以出貨。量小的訂單可以緩解客戶的資金壓力。」

佛山市南海元祥汽車空調配件有限公司負責人梁先生表示，公司看準汽車前端市場優勢劣汰後會更重視品質，目前加大投入研發「節能」和「高效」的零配件。「內地汽車市場現在從增量走入存量階段，行內部分企業傾向降價散貨，導致市場價格競爭更加激烈。」他續稱，面對內地市場，公司依然採用原廠磨具生產，並沒有採取標準化的模具，儘管後者可減低20%到30%的成本，但搞低技術的價格競爭是走不遠的。

2013至2019年上半年中國汽車產銷量



▲個性的改裝車輛受到年輕消費者歡迎

▲汽車業不景氣，零配件商謀新營銷方式

業界評論內地汽車業現況



浙江德利眾機械製造公司海外銷售經理劉正輝

- 公司研發如何在用料上創新，開發性價比更高的新產品，同時提升後勤服務的範圍，站在客戶方思考問題



廣州盛本汽車零件公司外貿經理黃麗明

- 只要價格合適，非洲客戶就願意下單。非洲市場增長空間非常大



香港汽車零件工業協會永遠榮譽副會長兼司庫梁嘉平

- 過去粗獷發展的內地汽車行業進入淘汰期是必然過程，汽車廠商整合未必是壞事



廣州IPR汽車改裝俱樂部市場經理李先生

- 每到假期前夕，改裝店內就迎來大批客戶排隊保養，月尾生意最火熱

國產新能源汽車將迎惡戰

大公報記者 李靈修

財經分析

9月份經濟數據陸續發佈，社會消費零售表現不俗，同比回升0.3個百分點。其中主要貢獻來自汽車類零售銷量，跌幅自上月-8.1%，大幅收窄至-2.2%。另據乘聯會批發零售數據，9月汽車批發銷量同比下降6.0%，環比上升17.2%。

「金九銀十」本來就是汽車行業的傳統旺季，汽車月度銷售數據環比逐步回升，反映出國六標準切換造成的銷量透支效應正不斷減弱，惟消費者信心仍處於逐漸修復期，短期內難以實現購買力的迅速提升。

迄今為止，中國汽車產銷量已連續15個月同比下降，汽車銷量提振還有待觀察。

相對於傳統汽車穩步恢復，新能源汽車銷量欠佳。數據顯示，9月新能源汽車產銷分別完成8.9萬輛和8萬輛，同比分別下降29.9%和

34.2%，產銷降幅較上月分別擴大17.8和18.4個百分點，主要原因在於持續性的補貼減少和市場需求下降。

最新消息稱，特斯拉位於上海的超級工廠將於本月開始投產。按照此前計劃，該工廠在2019年四季度到2020年二季度期間，產能將提升至每周1萬輛，即年產能達到50萬輛。價格方面，中國版特斯拉也極具優勢。按照工信部公示的《道路機動車輛生產企業及產品公告》(第325批)，特斯拉上海工廠生產的Model 3，最高補貼每輛5.2萬元(人民幣，下同)。

特斯拉在今年5月31日曾開放中國版Model 3的在線預定，其中基礎車型售價為32.80萬元，若再考慮相應補貼，最終價格可能會在27萬元水平。目前內地自主新能源品牌價格多在20萬元以下，直接與特斯拉形成競爭關係將是售價40萬元的蔚來汽車。眼下蔚來股價堪憂，亦反映投資者對其市場競爭力的擔憂。

三地廠商加強合作 灣區有錢途

【大公報訊】記者盧靜怡廣州報導：在大灣區發展契機下，隨着粵港澳三地的合作不斷深化，汽車製造業領域取得的成果也在不斷凸顯，三地汽車行業合作正在加深。在粵港澳大灣區生產及銷售潤滑系統活化清洗劑的港商黃顯揚告訴記者，內地汽車產業和工藝技術發展一日千里，但在環保和高效領域方面很有提升的空間。「港商在這方面國際化程度較高，在技術與市場上和大灣區有很大的合作空間。」

車輪轉動，機器轟鳴，在珠三角九市各大汽車生產基地中，沖壓、焊裝、塗裝、總裝等各生產線正持續運轉，不斷刷新粵港澳大灣區內汽車製造的新高度。記者了解到，作為廣東支柱性產業之一的汽車製造業，在大灣區集羣效應加持下，呈現着迅猛的激增態勢。目前，隨着廣東汽車產銷量不斷增長，規模以上的汽車製造業企業數量也在逐年提升。



▲在「後補貼」時代，新能源汽車產業進入白熱化競爭階段。圖為廣州一輛新款的新能源汽車

中東非洲客戶增長迅速

據廣東省統計局數據顯示，2018年，廣東共有規模以上汽車製造業企業833家，同比增長7.4%；汽車生產超過300萬輛，佔全國汽車產量的比重為11.5%。其中，汽車零部件

零配件。「只要價格合適，他們就願意下單。非洲市場增長空間非常大。」而公司的中東客戶主要來自跨境電商平台，產品信息描述完整、銷售客戶對接及時就很容易拿下中東訂單。

至於如何開拓新興市場客戶，黃麗明表示，只要就新市場的新車型號、在境外平台查數據、與客戶保持溝通等，可及時了解客戶所需。

美客戶承擔出口關稅

此外，中美貿易戰持續超過一年，中國汽車零部件廠商已經適應加稅後的美國市場環境，銷量逐步回穩。部分中國零部件廠商已經將產品銷售渠道拓展下沉到客戶端，其終端銷售利潤更高，可承擔關稅壓力。另外，內地零配件生產技術不斷提升，產品品質和性價比高，不少美國客戶都願意承擔關稅繼續合作。

浙江可得電子科技有限公司成功靠產品質量和售後服務穩住了美國市場，公司負責人沈智慧表示，公司專門生產高端汽車開關零配件，有超過50%出口訂單來自美國市場，為此不少零部件是專為美系車設計的。而被加徵25%的關稅，全部由美方客戶承擔。