

文/黄末

中国汽车工业协会基于1-11月汽车产销情况，预测2022年全年国内汽车总销量为2680万辆，同比增长2%。其中，乘用车预计2350万辆，同比增长9.4%；商用车预计330万辆，同比下降35.3%；新能源汽车预计670万辆，同比增长90.3%。2022年，贯穿全年的新冠疫情对社会经济产生巨大影响，也给消费信心带来重挫，国内汽车市场，一方面在行业变局之下，新能源与燃油车市场呈现冰火两重天景象；另一方面，则是逆全球化趋势下产业链危机愈演愈烈，加剧车企的生存压力。而汽车市场的洗牌，也开始带动汽车金融公司洗牌。

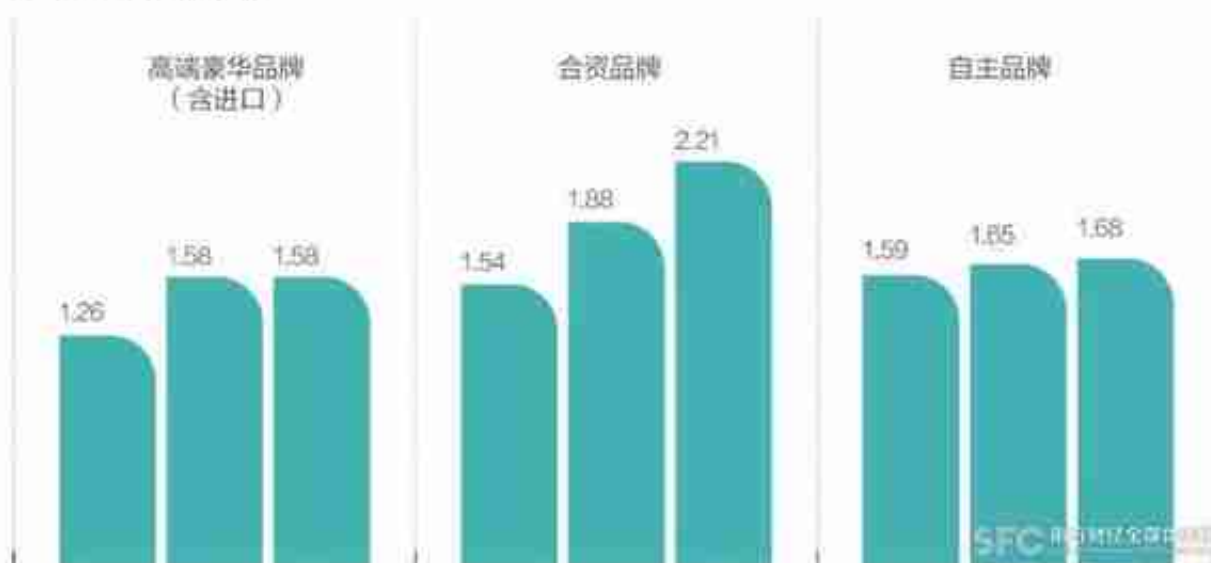
主流合资品牌集体下滑

根据乘联会统计数据，11月国内乘用车市场零售销量164.9万辆，同比下降9.2%，环比下降10.5%。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，“这是自2008年以来，国内乘用车市场零售销量首次出现‘金九银十铜十一’的环比下降特征。”

从国别细分市场看，11月自主品牌零售87万辆，同比增长5%，环比下降7%；主流合资品牌零售54万辆，同比下降31%，环比下降23%；豪华车零售24万辆，同比增长13%，环比增15%。在狭义乘用车零售销量top10阵营中，比亚迪以同比125.1%的增幅和13.2%的市场份额位居首位，吉利汽车、长安汽车均实现同比正增长，分别位居第2和第4，三家车企的新能源批发量排名则分别位列第1、第4和第5。

主流合资品牌的集体下滑中，以此前较为坚挺的日系三强乘用车的溃败尤为引人关注，也引发行业关于“合资品牌至暗时刻到来”的担忧。在解读销量下滑原因时，上述车企不约而同将理由归为“持续的芯片及零部件短缺和因新冠疫情加剧导致的重点城市管控等”，但传统燃油车市场规模持续萎缩，合资车企新能源产品布局晚、投放车型数量少，导致其在新能源领域仍然处于被动局面，也是不争的事实。不过，随着丰田第一款全电动汽车bz4x上市价格低于预售价格，以及特斯拉先涨价后降价，外资、合资品牌以价换量反攻开始，也预示着接下来市场竞争还将进一步加剧。

9-11月库存系数



据了解，从下半年开始，不少合资品牌经销商开始受库存压力影响，为了在同城市市场争夺存量客户，将厂家金融佣金、保险手续费等水平业务利润作为竞争“子弹”让渡给消费者，新车销售收益进一步恶化。“厂家返利有增加，但是相比固定成本支出压力来说还是杯水车薪”，上述经销商透露，像广州这样的一线城市，增换购群体更倾向于豪华品牌或新能源车型，合资品牌市场空间越来越小，有的投资人已经选择退出，转投比亚迪等传统车企的新能源汽车业务，还有一些在观望中，“看年底厂家对经销商的帮扶政策是否加码”。

在11月27日，内蒙古兴安盟鑫华玉汽车集团发布公告，亏本推出20辆特价车，以保障400位员工工资的正常发放。据了解，兴安盟鑫华玉集团成立于2008年，目前经营品牌包括一汽丰田、东风本田、东风日产、一汽红旗、一汽奥迪等。

而对破产清算已被受理的广汽菲亚特经销商来说，年前的日子更为煎熬。此前，26名经销商联名向广州和长沙两地人民政府信访局发函维权，提出：坚决抵制广汽菲克在未解决经销商及客户问题前破产清算，（要求经销商缴纳给厂商的）保证金和应得返利这些厂家须全额现金兑付；因厂商手续问题，客户无法在规定时间内完成上牌，所造成的损失，如库存积压车辆，厂家理应进行原价回购等诉求。相关律师分析，根据《企业破产法》，经销商的损失绝大部分属于普通破产债权，清偿优先级在共益债务、员工的相关债务之后，恐无法全额清偿。

汽车金融资产规模增速放缓

11月，中国银行业协会发布了《中国汽车金融公司行业发展报告（2021）》，报告显示，截至2021年年末，全国25家汽车金融公司资产规模首次突破万亿元大关，达到10,068.94亿元人民币，同比增长3.01%，对比2019和2020年，增速大幅放缓，主要受整体汽车市场下行影响，尤其是对主要关联厂家为传统合资车企的汽车

金融公司来说，因股东背景原因展业品牌受限，新能源汽车业务规模，不足以抵消燃油车销量下滑带来的缺口，预计2022年还会进一步下滑。