



祝振駒

翹騰投資管理董事總經理·特許財務分析師。
曾經在外資及本地投行研究部擔任分析師及主管達14年
之久·專長於中小型股研究。
後轉職擔任對沖基金經理·2010年創立翹騰。
筆者博客: blog.sina.com.cn/raymondj2011

雄鷹
展翅

Columns

美術: 任耀楠

汽車銷售牛氣衝天

中國汽車工業協會公布9月汽車銷售數據，全國總體房車銷售(至分銷商)按年增長28.9%至227萬輛(首九個月累計按年增長14.8%至1,675萬輛)，乃歷史第二最高數字。今年銷售理想，部分由於去年10月開始至今年底，減低稅率(將引擎少於1.6公升汽車銷售稅減半至5%)。

SUV銷量鶴立雞群

在中國銷售的汽車，超過70%的都屬於1.6公升或以下類別，每位新車主可因此平均節省達1萬元人民幣。其中多用途運動車(SUV)乃最受歡迎類別，9月銷量按年增長54%至87.9萬輛。今年以來，中國汽車銷售一直超於市場期望，除了稅率下降外，汽車的新替換周期，明顯刺激了新的剛性需求，消費者尤其對性價比高的多用途運動形汽車趨之若鶩。

“中國汽車銷售一直超於市場期望，除了稅率下降外，汽車的新替換周期，明顯刺激了新的剛性需求，消費者尤其對性價比高的多用途運動形汽車趨之若鶩。”

上月筆者推介的吉利汽車(00175)，9月份銷量就按年增加了82%至新紀錄的76,544輛(比8月按月增加43%)。今年首九個月銷售增加達29%至459,041輛。管理層且將2016全年銷售目標再一次提升，由66萬輛增加6%至70萬輛(即全年按年增長37%)。吉利今年的銷售增長超越市場，主要由於推出多款新型號，包括SUV系列如「博越」(9月銷售達14,053輛)及「遠景」(9月銷售量達10,056輛)。

9月集團又推出了全新房車系列「帝豪GL」。吉利對比其他國產品牌汽車的優勢是由於母公司全資擁有瑞典車廠Volvo(沃爾沃)，吉利技術及工程團隊亦僱用了不少前沃爾沃管理，所以吉利汽車擁有一些其他國產車沒有的尖端技術含量，性價比上取得優勢。加上吉利是民營企業，所以管理制度及薪酬獎勵上均優越於國營

品牌車廠。

加推新車款維持銷量

市場最擔心的是，汽車銷售稅優惠於年底結束，汽車銷售增長將會無以為計。要保持競爭優勢，車廠必須持續推出新產品。吉利的新殺着就是明年下半年將會推出由全新生產平台，緊湊型模塊化架構平台(Compact Modular Architecture)生產的一系列汽車，包括兩部SUV及一部房車。

此新平台由母公司全資擁有，生產技術將會全部來自沃爾沃，吉利將按合作條款租用技術及產綫生產其全新品牌「Lynk & Co」，此新品牌將會定位於較吉利品牌較高的中高端市場(現時吉利的定位為中低端6萬至10萬元人民幣之間)，針對售價10多萬至20萬元人民幣之間的市場(佔整體市場的20%至50%份額)，最終生產量將達每年30萬輛。現時中高端市場主要由中外合資車廠主導，吉利的新品牌將開拓全新市場及客戶群及提升公司整體毛利，令吉利市場地位及佔有率更上一層樓。■

權益披露：筆者旗下基金持有吉利汽車股份，並隨時於市場買入或沽出