

# איגוד יבואני הרכב – התפתחויות וחידושים בשוק הגלובלי

16-5 במאי 2019



[www.adkit.co.il](http://www.adkit.co.il)

פקס 03-5617166

טל' 03-6194080

בית יפעת, דרך מנחם בגין 98-96, תל אביב-יפו

מסמך זה מהווה סוד מסחרי/עסקי של חברת אדקיט (ישראל) בע"מ.  
העתקה ו/או הפצה ו/או שכפול ו/או מסירת מידע הכלול במסמך זה או חלקים ממנו לצד ג' כלשהו  
ללא אישורה של אדקיט מראש ובכתב, אסורה בתכלית האיסור.

## תוכן עניינים

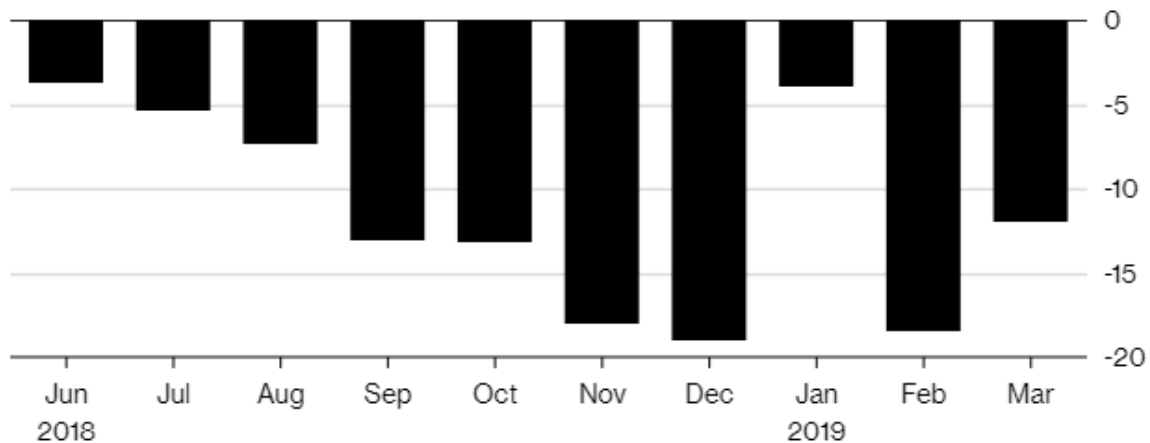
- 3 ..... יצרניות הרכב פונות לסין בתקווה להחיות את שוק הרכב.
- 5 ..... חברת Mercedes-Benz תהפוך את כלל רכביה הפרטיים ל"ירוקים" עד 2039.
- 6 ..... ארה"ב: מספר הרכבים שלא נמכרו בחודשים ברבעון הראשון של 2019 מרקיע שחקים.
- 7 ..... Nissan מתקשה בשוק האמריקאי ומעוניינת להשקיע ביצרנית EV סינית.
- 8 ..... BCG: חתירה לתנועה מתמדת באמצעות MaaS – סקירת עתיד מודלי התחבורה השיתופית....

## יצרניות הרכב פונות לסין בתקווה להחיות את שוק הרכב

- ❖ יצרניות רכב ביניהן Volkswagen AG, Nissan ו-Guangzhou Automobile Group מפקידות, באופן גובר והולך, את ביטחונן בהקלות המיסוי בסין. החברות מקוות כי הפחתת המסים על הרכבים תעודד ביקושים, ותסייע לשוק הרכב להתאושש מהשפל הגדול ביותר שחווה בדור האחרון.
- ❖ תזמון ההתאוששות אינו ידוע, אך בכירים מהתעשייה אשר השתתפו בתערוכה בשנגחאי השנה העריכו כי תתרחש החל מאפריל ועד המחצית השנייה של 2019. איגוד יצרני הרכבים בסין, הנתמך על ידי הממשלה, אמר בתחילת אפריל כי המכירות עשויות לעלות ביולי או באוגוסט, לאחר שהקלות המס יחללו להוצאות הצרכנים. עם זאת אמרו, כי הצמיחה הכוללת השנה עתידה כנראה להיות מזערית.
- ❖ הפחתות המס עתידות להיות משמעותיות. סין הודיעה כי בכוונתה לחתוך סה"כ 298 מיליארד דולר במסים ובאגרות, כולל מס ערך-מוסף, על מנת לחזק את שוק הרכב.
- ❖ עם זאת, לא כולם משוכנעים כי הפחתת המס תספיק על מנת לשמור את כל יצרניות הרכב במשחק. בעוד שיצרני הרכב הציגו מודלים חדשים ומרגשים בתערוכה שהתקיימה בשנגחאי, ניכר כי צרכנים ישארו זהירים עד לסוף המשא והמתן בנושא הסחר בין ארה"ב לסין, ועד שיובהר כיוון הכלכלה כולה.

### Prolonged Plunge

Car sales in China are falling on economic slowdown, trade tensions



Source: PCA

❖ מכירות חברות הרכב בסין עד כה וצפי לעתיד:

Volkswagen

מנהל המכירות העולמי של Volkswagen מסר כי החברה ראתה עלייה בביקוש בסין באפריל, אם כי מכירות השנה כולה עתידות להיות שונות במקצת משנת 2018. בלתי נמנע כי העלייה בסין תתמתן, אך החברה צופה כי השוק ימשיך לגדול בשנים הקרובות. יום לפני כן אמר מנכ"ל החברה כי הוא אופטימי יותר לגבי המחצית השנייה של 2019, וכי החברה מרוצה מצמיחתה בסין העומדת על כ-1%.

BMW AG

סמנכ"ל הכספים של החברה צופה כי מכירות החברה בסין יגדלו בין 5%-10% השנה. עם זאת אמר, כי באופן כללי שוק הרכב עתיד כנראה להיות "שטוח" השנה

Daimler/Mercedes-Benz

חבר דירקטוריון Daimler בסין, הוברטוס טרוסקה, אמר כי מכירות הרכבים של החברה בסין הצליחו טוב למדי, וכי יותר מ-600 יחידות רכבי S-Class Maybachs המצוינים נמכרו בחודש אחד, ומלמדים כי הביקוש בעשירונים העליונים לא הושפע מהירידה הכללית שחוותה התעשייה.

Guangzhou Automobile

נשיא החברה אמר כי כלל מכירות הרכבים במחצית הראשונה של השנה צפוי לרדת לעומת אותה תקופה בשנת 2018, וכי המכירות צפויות לעלות במחצית השנייה של 2019 על רקע התאוששות הכלכלה ותמיכת הממשלה.

Porsche

מנכ"ל החברה, אוליבר בלום, אמר כי סין תישאר שוק חשוב, והמכירות יעלו, אך הוא הדגיש כי החברה מעוניינת לשמור על איזון איזורי על מנת לא להפוך לתלויה באיזור גיאוגרפי אחד.

למאמר המלא: <https://bloom.bg/2V5qkNI>

## חברת Mercedes-Benz תהפוך את כלל רכביה הפרטיים ל"ירוקים" עד 2039

- ❖ יצרנית הרכב הגרמנית, Mercedes-Benz, הודיעה השבוע כי תהפוך את כל רכביה הפרטיים החדשים ללא מזהמים, בתוך שני עשורים, מוקדם בהרבה מדרישות הרגולציה של האיחוד האירופי. תכנית החברה בנושא זה נקראת "Ambition2039". בנוסף, החברה הציבה לעצמה למטרה להגדיל את אחוזי מכירות הרכבים החשמליים ל-50%, לכל הפחות, עד 2030.
- ❖ מסגרת הזמן היא השאפתנית ביותר, ביחס להתחייבויות דומות של יצרניות רכב אירופאיות בתקופה האחרונה. ביניהן בולטת במיוחד Volkswagen, אשר התחייבה במרץ האחרון להפוך לניטרלית מבחינת פליטות פחמן עד 2050. Volkswagen התחייבה גם להשיק 70 מודלים חדשים של רכבים חשמליים בעשור הקרוב, ולהפוך את הרכבים הללו ל-40% מכלל מכירותיה עד 2040.
- ❖ חלק מרכזי בתהליך הדה-קרבונזציה הוא גם ההתמקדות בהפיכת המפעלים המייצרים רכבים ללא מזהמים. בתוך כך, Mercedes תשיק מפעל ללא פליטות פחמן, בשם "מפעל 56" בזינדלפינגן שבגרמניה, אשר יופעל באמצעות חשמל ממקורות מתחדשים בלבד. החברה מקווה להרחיב את העיקרון לשאר מפעליה באירופה עד 2022.
- ❖ החברה ציינה כי היא מתייחסת לכל מעגל החיים של רכביה, כולל סופם, ובמסגרת זאת היא מתכוונת למחזר כ-85% מרכביה עד 2039. בנוסף, החברה תעבוד מול ספקיה על מנת להכיל דה-קרבונזציה גם על תהליך ייצור הרכבים שהיא רוכשת, וייתכן כי תכניס מטרות להפחתת פליטת פחמן לחוזים מול הספקים בעתיד.
- ❖ התחייבות החברה מתייחסת לצי רכביה הפרטיים בלבד, ואינם כוללים את מגוון הרכבים המסחריים שהיא מייצרת, הכולל משאיות ואוטובוסים. עם זאת, החברה משקיעה בהפיכתם לידידותיים יותר לסביבה, ובפיתוח תאי דלק מימניים.



למאמר המלא: <https://bit.ly/2w0WImt>

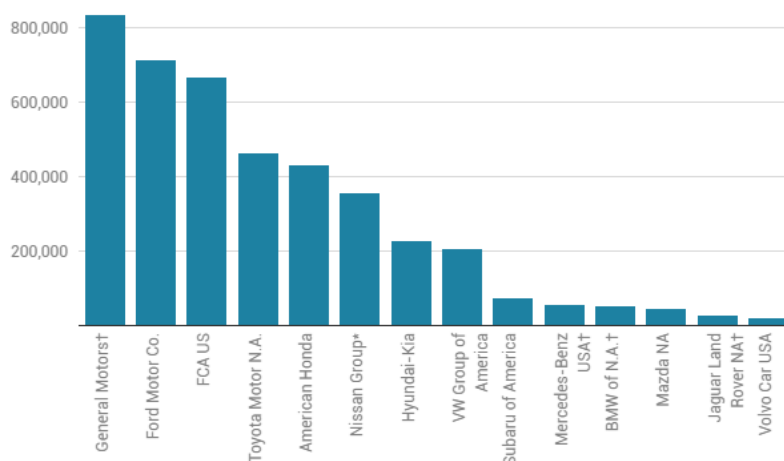
## ארה"ב: מספר הרכבים שלא נמכרו בחודשים ברבעון הראשון של 2019 מרקיע

### שחקים

- ❖ ליצרני רכבים ולספקיהם יש סיבות רבות לדאגה, עקב ירידה במכירות של רכבים חדשים בארה"ב, שמספרן הגיע כמעט ל-4.2 מיליון מכוניות. מספר המכוניות אשר לא נמכרו ב-1 באפריל, היה הגבוה ביותר מזה כמעט שנתיים, ונמוך רק ב-114,300 רכבים מהשיא שנקבע במאי 2004, על פי מידע ממאגרי Automotive News.
- ❖ מלאי הרכבים ההולך וגדל, יחד עם עלייה בשיעורי ריבית floorplan (מודל אשר במסגרתו רוכשים סוחר רכב מכוניות מיצרניות הרכב, באמצעות קווי אשראי), מחלישים את ספקי הרכבים, ומאיימים לפגוע במחירי הרכבים אם הביקוש ימשיך לרדת.
- ❖ סוחר רכבים רבים נכנעו ללחץ שהופעל עליהם מידי יצרניות הרכב לקנות עוד ועוד רכבים חדשים, ומצאו עצמם עם מלאי עודף, תוך הכרח בתשלום נוסף לחניונים חיצוניים, בעוד שעון הריבית מתקתק.
- ❖ מוכרי הרכבים יכולים להתנחם בעובדה כי המכירות בארה"ב עדיין חזקות יחסית, אך יש גם סימנים ברורים לכך שלאחר עלייה בשמונה מתוך תשע השנים האחרונות, תעשיית הרכב עברה את שיאה במחזור זה. המכירות ירדו ב-3.2% ברבעון הראשון של 2019, ואנליסטים מעריכים כי השנה תהיה הראשונה מאז 2014 שהמכירות ירדו מתחת ל-17 מיליון רכבים.
- ❖ המצב חמור פחות מאשר בתקופה שלפני המיתון האחרון, אך היא תפסה מספר סוחר רכב לא מוכנים. המחיר להחזקת מלאי רכבים עלה במהירות בשנים האחרונות, כשיעורי ריבית ה-floorplan טיפסו מ-1.5% ליותר מ-5% אחוזים במספר שנים בודדות.

### Inventory: Who's holding how much?

Numbers reflect U.S. light-vehicle inventory on April 1 (excludes Tesla)



\* Includes Mitsubishi  
† Estimate

Source: Automotive News Data Center - Embed - Created with Datawrapper

- ❖ יש לציין כי יותר ממחצית הרכבים שלא נקנו שייכים לשלוש החברות הגדולות בארה"ב; General Motors, Ford ו-Fiat Chrysler ולספקיהן.

למאמר המלא: <https://bit.ly/30kPw2M>

## Nissan מתקשה בשוק האמריקאי ומעוניינת להשקיע ביצרנית EV סינית

- ❖ על פי מספר דיווחים, חברת Nissan מעוניינת לרכוש כ-25% ממניות יצרנית רכב חשמלית סינית, על מנת להשיג טביעת רגל איתנה יותר בשוק הגדול ביותר בעולם הרכבים החשמליים.
- ❖ החברות הפוטנציאליות כוללות את WM Motor Technology, Zhejiang Hozon New, Energy Automobile ואת CHJ Automotive. דובר מטעם חברת Nissan ונציגים משלוש החברות הסיניות סירבו להגיב בנושא.
- ❖ יצרנית הרכב היפנית לא יכולה להרשות לעצמה לוותר על השוק הסיני לאחר שכניסתו לכלא של קרלוס גושן הכניסה את הברית בין Nissan ל-Renault SA למערבולת, וכשמתחרות כמו Volkswagen AG ו-Tesla פורחות בו. בנוסף, צפויה Nissan לדווח על הרווח התפעולי השנתי הנמוך ביותר מזה עשור, עקב ירידה במכירות בארה"ב ומערך רכבים מיושן.
- ❖ בעוד Nissan היא מובילה עולמית בתחום הרכבים החשמליים והיא בעלת טכנולוגיה מתקדמת, שוק הרכב הסיני נשלט על ידי יצרניות מקומיות כמו Beijing Electric Vehicle ו-BYD, וקשרים עם חברות מקומיות יכולים לסייע ל-Nissan למשוך קונים סיניים. Nissan מעוניינת לפעול לפני שמטרות הרכישה הפוטנציאליות יהפכו גדולות ויקרות מדי, והיא נמצאת בתהליך של הערכת חברות היעד.
- ❖ שוק הרכבים החשמליים בסין ממשיך לגדול, אך הרבה מומחים בתעשייה סבורים כי רק חלק מהחברות בשוק ישרדו בשוק המוצף המתהווה. מספר יצרניות הרכבים החשמליים הרשומות בסין גדל בפי יותר משלוש בשנתיים האחרונות, מעבר ל-480.



למאמר המלא: <https://bloom.bg/2Ho8DS6>

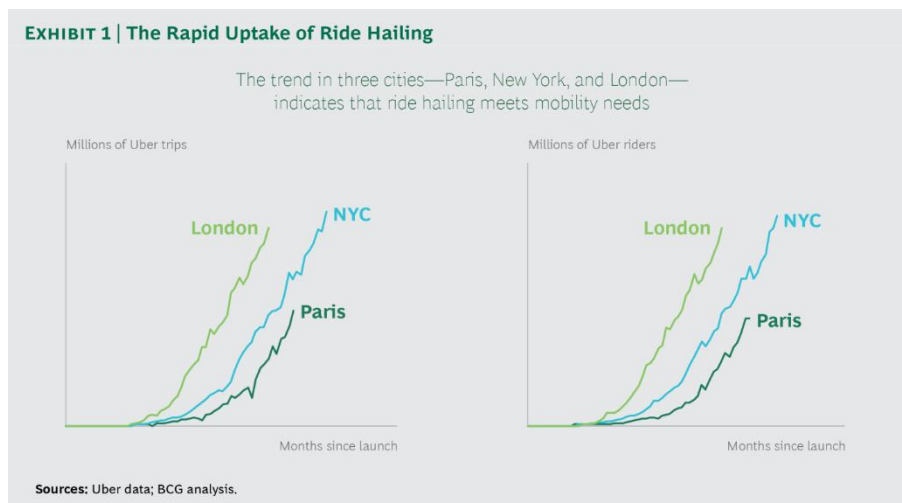
לסרטון: <https://bloom.bg/2Ec1EK2> - סרטון קצר על קשייה של Nissan בארה"ב, קשריה עם

Renault ומitsubishi

## BCG: חתירה לתנועה מתמדת באמצעות MaaS – סקירת עתיד מודלי

### התחבורה השיתופית

- ❖ ערים התומכות בניידות מודרנית תרות היום אחר תנועה מתמדת, הכוללת אמצעי תנועה מבוססים וחדשים יחדיו: נסיעות משותפות, אופניים וקורקינטים משותפים, ועוד.
- ❖ גרסה תחבורתית זו תאפשר לאנשים לנוע באופן רציף ומהיר באזורים עירוניים. MaaS (Mobility as a Service) מציעה ניידות על פי גישה זו, כלומר, התניידות מקצה-לקצה, המסתמכת על פלטפורמות דיגיטליות, תוך שימוש באפשרויות התחבורה המגוונות הצומחות היום בערים ברחבי העולם.
- ❖ לערים יש את ההזדמנות לאמץ את הפלטפורמה שמציעה MaaS, לאפשר, לשלב, להדריך, ולהטמיע טכנולוגיות ורגולציות שיפעלו לטובת תושביהן ולטובת העסקים בעיר. התוצאה תהיה ניידות מהירה ושוטפת, אשר תביא עמה יתרונות כלכליים רבים לאזורים העירוניים.
- ❖ לקחת האחריות על MaaS תסייע לערים בשלושה תחומים מרכזיים:
  1. כלכלי – שיפור השקעות בתשתיות וטיפול עסקאות פיננסיות.
  2. סביבתי – הפחתת עומס בכבישים ומספר הרכבים הפרטיים.
  3. חברתי – שיפור הגישה לכל האזורים בעיר ובסביבתה, ולכל המעמדות הסוציו-אקונומיים.
- ❖ מספר ערים כבר משמשות קרקע ניסויית למודל התחבורה, ובמקביל, משקיעים רואים את הפוטנציאל וממהרים להשתתף במיזמים השונים. BCG מאמינה כי גם צרכנים מוכנים לשימוש במודל, כיוון שהם מצפים לתחבורה נוחה ויעילה במסגרת אפשרויות התחבורה הרבות המוצעות כיום, וניכר כי הם מאמצים במהירות שירותי תחבורה רציפה ומיידית.
- ❖ בגרף המצורף ניתן לראות את העלייה שחלה בשימוש בשירותי תחבורה משותפת בניו יורק, לונדון ופריז.

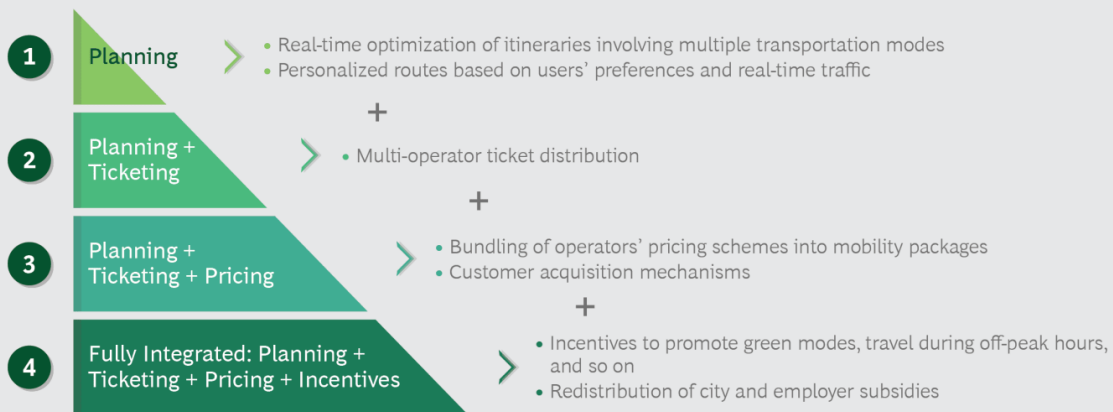




- ❖ כיום, צרכי התושבים אינם מסופקים בדרך כלל מאפשרויות התחבורה הקיימות. בנוסף, תושבים רבים מוכנים להתנסות באפשרויות תחבורה "ירוקות" יותר לעומת הרכבים הפרטיים שלהם, ועל פי סקר שערכה BCG, "יתרונות סביבתיים" הוא אחד משלוש הסיבות הראשונות בקרב 33% מהמעוניינים להתנסות ברכבים חשמליים, אוטונומיים ומשותפים.
- ❖ BCG מגדירה ארבע שלבים, שכל אחד מהם פונה למודל עסקי שונה, וככל שעולים בשלבים כך עולות רמת התחכום והיכולות הטכנולוגיות המאפשרות הישגים טובים יותר. ב-BCG מאמינים כי רק בשלב הרביעי ימומש הפוטנציאל המלא של MaaS, ורק אז המודל יתאפשר מבחינה כלכלית.

#### EXHIBIT 2 | How BCG Defines the Four Levels of MaaS

Each level leverages the same input data but uses a different, increasingly sophisticated business model



Source: BCG.

- ❖ **שלב ראשון: תכנון מסלול** - יוזמות ברמה זו מתאמות אפשרויות תחבורה מגוונות, ומתאימות מסלולים באופן אישי למשתמשים. הן מציעות תכנון מסלול חינמי למשתמשים, ומוכרות את נתוניהם למפרסמים. עם זאת, רק שחקנים מונופוליסטיים כמו גוגל ו-Tencent יכולות להרשות לעצמן שימוש במודל זה.
- ❖ **שלב שני: תכנון מסלול והנפקת כרטיסי נסיעה** - ברמה הזו יכולות פלטפורמות לאסוף הצעות התניידות ממפעילים שונים, למכור את הכרטיסים למשתמשים פרטיים ולגבות עמלה מהמפעילים. פלטפורמה זו מתבססת על מודל סוכן הנסיעות, והיא מציבה אתגרים מסוימים בפני תעשיית הניידות, כיוון שספקי התחבורה כבר פועלים על בסיס שולי רווח צרים ואינם יכולים להרשות לעצמם להתחלק ברווחים עם צד שלישי.
- ❖ **שלב שלישי: תכנון מסלול, הנפקת כרטיסי נסיעה ותמחור** - יוזמות ברמה זו משלבות בכרטיס אחד חבילת ניידות "הכל כלול", ומשתמשות במגוון טכניקות להרכשת לקוחות על מנת להרחיב את בסיס המשתמשים שלהן. שילוב כל אמצעי התחבורה, בעלי תמחורים שונים מאוד זה מזה, בכרטיס הכל כלול, אינו פשוט, וסביר כי יוביל צרכנים לבחור בדרכי תחבורה הנוחות ביותר, אך

גם היקרות יותר לתפעול, כמו למשל שירותי מוניות. על כן, מודל זה כנראה אינו בר-קיימא כיוון שהוא חסר תמריצים אשר יעודדו אפשרויות תחבורה חסכוניות.

- ❖ **שלב רביעי – הטמעה מלאה: תכנון מסלול, הנפקת כרטיסים, תמחור ותמריצים** - רק בשלב זה ישיגו מפעילי MaaS הצלחה אמיתית, ויקרבו את המשתמשים לחוויית תנועה מתמדת אמיתית. על מנת להגיע לשלב זה, יש לשלב תמריצים אשר יעודדו את המשתמשים להשתמש באפשרויות תחבורה חסכוניות. מפעילי MaaS יעודדו צרכנים להשתמש בהצעותיהם באמצעות הנחות וסבסודים, כמו גם תמריצים אשר יעודדו אותם לנצל את אותן ההצעות בדרכים כלכליות, כמו למשל נסיעה בשעות שאינן עמוסות במחיר מוזל.
- ❖ הן לערים והן למפעילי MaaS אינטרס בצליחת השלב הרביעי והטמעת הפלטפורמה במלואה, ולכן בשל זה האינטרסים של הצרכנים ושל הרשויות נפגשים. עם זאת, יזמות MaaS המתחילות את דרכן היום בערים ברחבי העולם נמצאות בשלבים הראשונים, והפלטפורמות המתקדמות ביותר ממוקמות בשלב השלישי.

#### EXHIBIT 3 | BCG's Benchmarking of MaaS Initiatives

1	Planning	Google Maps	Citymapper	transitapp	moovit
2	Planning + Ticketing	moovel	WienMobil	Free2Move	Uber
3	Planning + Ticketing + Pricing		Whim	Citymapper (London)	
4	Fully Integrated: Planning + Ticketing + Pricing + Incentives	No fully integrated MaaS offerings yet exist			

Source: BCG.

- ❖ על מנת להטמיע פלטפורמות MaaS, יש צורך בשיתוף פעולה הדוק בין המפעילים ובין הערים והרשויות. המודל יתאפשר רק בתנאי שהערים יספקו את התנאים אשר יאפשרו זאת; סבסוד תחבורה ציבורית, מסים על רכבים פרטיים, עידוד תמריצים ועוד.
- ❖ על הערים לנהל את הפעילות בהקשר של MaaS ובשיתוף עם משקיעים בשש חזיתות:

1. **הגדרת מדדי הצלחה:** הגדרת יעדים על פי מטרות מפתח שיוגדרו על ידי הערים (כמו למשל הפחתת עומס בכבישים, או צמצום הזמן הממוצע המבוזבז על נסיעות).
2. **שמירת ערך כספי:** הערים ישקיעו ב-MaaS באופן משמעותי, אך הרבה מן הכסף שיושקע יוכל להגיע מחיסכון או רווח שיושג באמצעות צעדים חכמים, כמו למשל מיסוי על רכבים פרטיים.

3. **מיזוג:** הערים ישלבו יחד את מגוון השחקנים הציבוריים והפרטיים על מנת ליצור רשת מתואמת, החיונית עבור MaaS.
  4. **תמריצים:** ערים יתמרצו מפעילי תחבורה וצרכנים בתהליך חלוקת הסבסוד מחדש באמצעות הנחות.
  5. **רגולציות:** ערים כנראה יתמכו בספק MaaS אחד על מנת לפשט את חווית המשתמש וכדי לרכז את השליטה על מערכת התמריצים.
  6. **ניסיון:** בתחום ה-MaaS המתפתח, ניסוי וטעיה הם חלק מרכזי, וערים יצטרכו למצוא את האיזון בין רגולציות ובין עידוד יוזמות חדשות. אימוץ של חדשנות הוא המפתח בתחום זה.
- ❖ הצלחת מודל MaaS תלויה בהצלחת הפעילות המשותפת של ערים, המספקות רגולציות וניסיון בתכנון עירוני, מפעילים פרטיים אשר יתרמו את הניסיון הטכנולוגי והתחבורתי שלהם, וגורמים ציבוריים ופרטיים נוספים אשר יכולים להשפיע על תחום התחבורה (למשל גורמים סביבתיים, חברתיים וקבוצות עסקיות). רק כאשר כל החלקים והקבוצות יתפסו את מקומם ויתגייסו להצלחת המודל, יהיו יתרונות הניידות החדשה בהישג יד.

לדו"ח המלא: <https://on.bcg.com/2VKI7HY>