

公车采购新政呼之欲出 车企暗战高端采购



©2012年7月15日,红旗H7正式下线。

进军欧洲，中国品牌准备好了吗？

3月5日,有“潮流风向标”之称的日内瓦车展开幕了,潮例收获了除中国外几乎所有主流汽车制造商的青睐,来自全球260家厂商展出了900款汽车,其中130余款为全球或欧洲首发车。即使在大牌云集、观车如云的展厅里只占据一个小小的展区,来自中国的观致汽车(QOROS)依然得到了跨国公司高管们的热切关注,前来参观的人络绎不绝,观致汽车首席设计师何歌特一直站在展台前回答好奇者的各种问题,甚至没时间逛逛车展。人们的好奇原因很简单,在欧洲自身经济暗淡无光的今天,跨国汽车企业都押宝中国,企业却打算用一个全新的品牌进军欧洲,成功的概率有多大?

观致之前,一些中国汽车品牌曾经尝试进入欧洲市场,但大多失败在碰撞测试上,并给欧洲人留下了不算太好的印象。观致的做法与之前战败的汽车企业完全不同,它的产品定位从一开始就是全球市场,虽然产地还是中国,但设计和工艺均来自欧洲团队,其安全性能测试总监以前曾任沃尔沃公司,设计师更是宝马旗下Mini的设计师,副董事长石清则曾经负责德国大众在美国的业务。高管们光鲜的履历令很多人对观致生出了隐隐的期许,中国人希望它能打破中国车在欧洲不胜的纪录,外国人则好奇地想通过车展上的新车来掂量这个新对手到底有几斤几两。

平心而论,观致展出的产品还是拿得出手的,虽然顶着个中国品牌的帽子,但车型设计全面欧化,比源自欧洲的汽车产品并不差。奥迪公司一位高管就明确表示,观致的车子令自己眼前一亮,立即想仔细看看,到底有什么可令奥迪学习的地方。这样的评价对于首次出征海外的观致来说,相当不错。但对于出了欧区就能被欧洲市场接受吗?恐怕有点难度。

成熟的汽车市场是个品牌忠诚度很高的地区,很多人买车可能因为父辈就有一辆同品牌的汽车。不用说,品牌知名度方面,观致是零。另外,欧洲人对产品的品质非常看重,观致要改变之前中国品牌已有的负面形象,就需在品质上格外下功夫。当然,观致的合作伙伴博世、麦格纳、大陆等欧洲知名供应商的信誉和质量还是值得信任的。

但对于雄心勃勃进军全球市场的观致,光有知名的供应商还远远不够,一个汽车品牌要想被人认可,首先要将销量做起来,也就是要让大家在马路上看见这个品牌的车子在跑。欧洲汽车行业专家布拉策尔认为,一个汽车品牌的市场占有率至少为1%才有机会生存。对于欧洲市场来说,这就意味着每年至少售出10万辆汽车。

因此,很多同行对观致汽车指指点点一番后,大体得出了“短时期内尚无威胁”的结论。德国汽车行业联合会主席马蒂亚斯·韦斯曼(Matthias Wissmann)向德新社表示,德国汽车行业深知,早晚有一天,中国汽车品牌会进入欧洲市场,但不会在短时间内称霸欧洲。一位业内人士说,“观致的优势应该是性价比。”韦斯曼也认为,观致汽车主要瞄准低价位汽车市场,在欧洲的主要竞争对手是韩国的现代和起亚。但这与观致的自身定位不符。石清仁表示,观致首批车型的售价不会超过2万欧元,但观致的长远目标是瞄准中高价位汽车市场。

继很多多次失败后,来自中国的观致汽车终于成为一个令欧洲人正视的竞争对手,但它能否凭借德国设计、欧洲零配件、时尚的触摸屏、性价比等特点征服欧洲,而不是昙花一现,还有待时间证明。

(李东颖)

“快了!”3月11日下午,在“中汽协”2月份汽车产销数据发布会结束后,面对媒体对公务用车采购政策调整的追问,中国汽车工业协会(简称“中汽协”)秘书长董扬如此表示。

董扬曾参与过《2012年度党政机关公务用车选用车型目录(征求意见稿)》(简称“《目录》”)的制定工作中且是专家组组长,被认为在政府公务用车采购政策方面具有权威性。

记者了解到,正在修订中的公务用车采购标准包括:自主品牌采购比例不低于50%;正部级官员用车标准由此前的不高于3.0升排量、人民币45万元降至2.5升、35万元;副部级官员由不高于3.0升、35万元缩减至2.5升、30万元;普通公务用车则由最高2.0升、25万元被重新限定在1.8升排量及16万元以内。

此前旧的公务用车采购政策的规定是:即党政机关一般公务用车“排量不高于1.8升,价格在18万以下”。北汽集团一位相关人士,对政策这一变动给予了确认,“负责政府采购的同事收到了消息,政府要求中直机关、事业单位按照这一新的采购标准执行。”

这一变动究竟是以内部通知的形式,还是以政策直面大众?董扬表示“没有最终确定”。有分析人士指出,内部通知与面向大众的政策二者在约束力上有明显差异,悬而未决的形式或表明,在纷纷博弈的政策制定背后,相关利益方仍在进行博弈。

去年12月份,中共中央总书记、中央军委主席习近平在《关于领导干部“配车问题”》发表的内部讲话时就明确提出,并表示公务用车改革规定绝不搞“试行”,而是要“言必行行必果”。

由于中央态度明确,两会之前,自主品牌汽车厂家纷纷公开呼吁“在公务用车采购领域,必须有强有力的推进章法。”全国政协委员施杰表示:“公车改革当前处于破题阶段,中央的决心要更大一些,态度要更坚决一些。”

采购自主品牌是国际惯例

“公务用车市场降低标准,对自主品牌是



©红旗H7生产线

一大利好。”某自主品牌汽车企业负责人告诉记者,“按照新的采购标准,目前主流的公务车奥迪A6、帕萨特,要么排量太高,要么价格太贵,这两个品牌的大部分车型都被排除在新标准之外。”

配合去年年初工信部发布《2012年度党政机关公务用车选用车型目录(征求意见稿)》(以下简称目录),所列车型除了极个别合资企业的产品外,几乎都是自主品牌车型。两个法规结合,基本为自主品牌产品进入公务用车采购扫除障碍。

不过也不排除合资企业按照新的标准,重新打造符合公务用车采购的车型。而《目录》仍处于征求意见稿阶段,自主品牌大规模进入公务用车采购视线,仍需积极推进。

去年12月份,习近平在《关于领导干部“配车问题”》发表的内部讲话》时表示:“我们逐渐要坐自主品牌的车,现在也有了这个设计和生产,老坐外国车观感也不好。很多外国领导人,老坐自己国家生产的车,除非没有生产。”

在公务用车采购目录公布以后,业内一度出现质疑声,甚至有人认为要求“公务用车采购自主品牌”是否违反WTO相关规定,但是中央态度坚决——坐自主品牌的公务车是全世界的惯例。

合资品牌会彻底退出吗?

目前,包括甘肃、湖南、海南多个省份已经相继出台相关规定,要求“在不造成浪费的前提下,逐步换乘自主品牌汽车”。

在一般公务用车采购逐渐对合资车企关上大门的时候,多年未被触动的副部级以上公务用车的采购标准,则很可能是留给合资企业及进口汽车的一道“暗门”。

在2012年2月份工信部发布《目录》

并面向社会征集意见后不久,工信部前部长李毅中就对媒体明确表示,“公务用车采购目录不含领导用车”。

在现有的相关规定中,公务用车和领导用车确有区分。《细则》第二条明确表示,“本细则所称公务用车,是指党政机关用于履行公务的机动车辆,分为一般公务用车和执法执勤用车。一般公务用车是指用于办理公务、机要通信、处置突发事件等公务活动的机动车辆。执法执勤用车是指用于办案、监察、稽查、税务等执法执勤公务的专用机动车辆。”

而根据2004年4月28日由中共中央办公厅、国务院办公厅公开发布的《中央国家机关公务用车编制和配备标准的规定》,部长级干部配备排气量3.0升(含)以下、价格45万元以内的轿车,副部长级干部使用排气量3.0升(含)以下、价格35万元以内的轿车。

有媒体报道称,省部级正职干部专车配备标准已调整为排气量2.5升(含)以下、价格38万元以内的轿车,省部级副职干部配备排气量2.0升(含)以下、价格28万元以内的轿车。据信这一标准是按照中共中央办公厅和国务院办公厅于2011年下发的《省部级干部公务用车配备使用管理办法》来进行调整的,但这份管理办法一直没有公开发布过,很难证实或证伪。

暗战高端采购

在中央政策支持本土汽车产业的大风向下,领导用车采购方面也被要求逐步向自主品牌进行倾斜。在收到政府暗示后,目前国内的一汽、上汽等大集团均上马了高端项目。

据媒体报道,一汽集团的红旗H7已通过直销的方式,率先进军政府采购,目前全国10余个省市自治区及直辖市,以及中央众多部委已经大批量采购红旗H7轿车;上汽集团则一直对外强调,“荣威950是上汽市场的首选最佳选择”,其18.89-31.99万元的售价也符合政府高端采购的标准;北汽则计划在萨博的平台上研发比目前C70G更高端的车型,打造成一个旗舰品牌并争取进入政府高端采购名单;不甘落后的东风集团,目前也正在赶制“东风1号”项目。

尽管自主车企在高端公务用车采购市场分一杯羹的目的越来越明显,但对于合资产品及部分进口车型来说或许还有数年好日子。

从企业相关人士处获悉,政府对换乘自主品牌汽车并未设置明确的时间表,一是避免大规模集中更换新车会造成浪费,二是防止各级领导充分的适应时间,减少抵触情绪。

甘肃、宁夏、新疆、湖南、安徽等率先要求支持自主品牌汽车的省(区)委常委会,其要求是“在不造成浪费的前提下逐步换乘自主品牌汽车”。根据《中央国家机关公务用车编制和配备标准的规定》:“正、副部长级干部的专车、工作用车使用年限一般为6年,超过6年仍能使用的,应继续使用。”

从此更换年限来看,东风将于2015年正式对外发布的“东风1号”,仍为时未晚。

(俞凌琳 杨帆)

汽车用品行业 打响市场争夺战

尽管中国汽车市场在经过前几年爆发式增长后,今年将进入一个相对平稳的增长期,但汽车用品行业却仍将保持较快增长,从而成为经销商追逐利润的新增长点。

日前,最新发布的《2013年汽车用品行业趋势白皮书》显示,2012年中国汽车用品市场销量为5660亿元,同比增长31%。行业预测,到2015年,中国汽车用品市场规模将达9500亿元。业内专家认为,未来中国汽车市场将保持2000万辆以上的年增长速度,这也预示着中国汽车用品市场的利润争夺战已经打响。

利润空间巨大

诸多具有实力的民族企业争相崛起,和国外汽车用品品牌争相进入,加速了中国汽车用品市场的竞争。同时,随着国内汽车保有量的激增,不仅汽车售后市场将迎来结构性变化,整个汽车产业链的利润增长点也将发生转移。

记者在日前刚刚结束的2013年中国国际汽车用品展览会上发现,今年以来,汽车用品市场进入高速发展期。为期4天的展会中,包括专业买家、国内外采购团、大经销商在内的现场成交额高达262.07亿元,创出历年来成交金额新高。

一家参展的汽车用品企业负责人透露,去年其经营交易额突破了1000万元,同比近增30%以上,而在展会上的交易额也有近100万元以上。

汽车分析师贾新光表示,我国汽车后市场对中国汽车产业的利润贡献率仅为19%左右,相比美国汽车后市场69%左右的利润贡献率,有着较大差距。目前我国的汽车保有量规模过亿,汽车用品市场前景光明,与发达国家的差距将会进一步缩小,市场应用空间将更为开阔。

竞争进入白热化

按照中国汽车用品行业趋势报告的预测,今年中国汽车用品市场将继续保持30%左右的增速,全国汽车用品销量有望达到6600亿元。

面对诱人的前景,早在多年前,已经有一批致力于汽车后市场服务连锁品牌在耕耘,包括国外品牌霍尼韦尔、澳德巴克斯、尼尔森等。

一位业内人士认为,从汽车大国的发展趋势来看,在汽车普及的过程中,汽车的制造、销售往往占据着汽车产业链的重要利润位置。但在汽车普及之后,新车销售放缓,汽车后市场随即成为销售商大力拓展的区域。

不过,值得担忧的是,中国汽车用品行业现在还没有出现一家足够大的企业,目前尚处在“谁宣传,谁是名牌”的阶段。

记者在中国国际汽车用品展览会上看到,本届展会参展商有6530家,但真正知名的品牌只有100余家,而且大部分是欧美品牌。

“汽车后市场空间看似很大,但因为品牌众多,车型众多,很多与汽车相关的商品或配件都是专车专用,商家的产品或服务很难做出规模效应。”一位国内汽车用品生产企业负责人无奈地表示,未来随着中国汽车用品市场规模的扩大,国内肯定会出现超大规模的生产企业,竞争也将更加激烈,不排除出现行业大洗牌的可能。

(蓝朝晖)

史上“最安全”车型 全新沃尔沃 V40 旋风上市



3月1日,沃尔沃汽车集团中国区宣布,凝聚全球众多顶尖安全科技的全新沃尔沃V40正式启动预售,预售价格25万元人民币起,即日起在全国126家沃尔沃授权经销商商店接受预订。作为一款年轻、个性以及沃尔沃史上最安全的豪华紧凑型五门掀背车,V40在中国的上市,必将在中国紧凑型豪华车市场掀起一场强劲的旋风。

V40是沃尔沃汽车“以人为本”品牌战略下设计的首款全新车型,凭借其迷人的北

欧的自然元素和生活格调。向前延伸的车头中网,搭配豹眼轮廓的大灯和鲨鱼嘴形状的下进气口,有效地降低了前脸视觉重心,营造出霸气十足的跑车格调。采用特殊着色处理的“全景玻璃车顶”与车身窗完美衔接,打造优美线条的同时有效阻隔紫外线保证车厢凉爽。强劲的肩线则赋予了车辆极具动感的身姿,仿佛一头豹子将随时“向前奔跑”。后车门上的“倒钩”型线条则来自于沃尔沃经典车型P1800,配以羽翼造型的边窗轮廓,沃尔沃汽车标志性的流动型L造型尾灯以及双出排气管,处处彰显这款高性能紧凑型轿车在设计上的精工细作,独具匠心,堪称斯堪的纳维亚设计的巅峰之作,也是欧洲媒体和消费者喜爱V40的重要因素。

呼吸“北欧般洁净空气”

沃尔沃V40从设计之初就充分考虑人在车内的所知所感,采用优质环保材质,为车主打造一个“清洁驾驶舱”。全球领先的IAQS空气循环和净化系统从PM 0.1开始过滤,能够阻挡95%的PM 2.5颗粒,真正为驾乘者提供“北欧般的洁净空气”。与此同时,备受中国消费者关心的内饰有害气体排放方面,沃尔沃V40也是卓尔不群。与中国颁布的《乘用车内空气质量评价指南》推荐性标准对比,沃尔沃V40在8项挥发物的指标上全部表现优异,比标准洁净20倍-1000倍不等。例如,“指南”中苯的最高指标为110微克/立方米,V40趋近于零;甲苯指标为1100微克/立方米,V40仅为66微克/立方米;甲醛的指标为100微克/立方米,V40

仅为18微克/立方米。

史上最安全车型

“安全”一直是沃尔沃汽车的代名词。而作为沃尔沃有史以来最安全的车型,V40不仅在欧洲NCAP碰撞测试中获得最高五星评级,综合成绩创该协会成立以来的最高纪录,在安全辅助的单项成绩中,更是取得了令人叹为观止的100%,再一次刷新NCAP单项纪录。

全新V40配备了行人安全气囊、新一代城市安全系统、新一代盲点信息系统等10余项最新安全科技。其中全球首创的行人安全气囊更是将车辆对行人的保护能力提升到了一个新的层级。行人安全气囊位于发动机罩处,可在城市驾驶速度20-50公里/小时下启用,有效避免行人头部与挡风玻璃的直接碰撞,保护行人安全。标配的新一代城市安全系统荣获同级车型之首,把自动减速刹车的时速从30公里提高到了50公里这一常见的驾驶时速,可预先感应到即将发生的碰撞,并在驾驶员无反应时,采取减速和制动措施,能够有效避免或减轻城市交通中常见的低速追尾事故。

沃尔沃汽车中国销售有限公司总裁兼首席执行官付强先生说:“全新沃尔沃V40的上市,将为中国紧凑型豪华车市场注入强大的新生力量,强有力的冲击其他同级别车型。沃尔沃将为年轻时尚的中国车主,奉上一部来自北欧巅峰设计和顶级安全的紧凑型豪华轿车,开启沃尔沃汽车在中国的新格局。”

(陈康宁)