

产业趋势 | ChanyeQushi

上海车展 寻觅产业下一“蓝海”

张晓鸣

向海外市场要空间

走出去是企业必然的选择。数据显示,2000年汽车出口仅1.5万辆,2005年达到11.3万辆,2010年汽车出口达到了56.7万辆,平均增速28%。2006年开始汽车产品贸易转为顺差,彻底扭转了持续几十年的逆差状态。未来中国汽车出口的步伐将继续增大。

上海汽车总裁陈虹告诉记者,吸取双龙的教训,上汽适时调整了海外市场策略,近年来与通用合作,开始把触角伸入到海外。到2015年,上汽海外销量要达到80万辆。去年印度市场总体增长30%,而上汽通用印度公司的增长率高达50%,市场潜力巨大。

不过,我国整车的出口国主要集中在北非和中东地区,在欧美等发达国家市场基本没有出口。不少国内车



企蜂拥而上,出口秩序混乱无章,国内

车企之间的价格战也不断升温,中国汽车业的利润率和品牌形象都受到损害。在这种背景下,规范汽车出口秩序,支持中国汽车健康走出去,进而打造全球知名的中国汽车品牌成为当务

之急。

提升零部件行业

在中国汽车业蓬勃发展的今天,零部件行业的发展却相对比较滞后,

但这其中也蕴含着未来的商机。

在4月20日举行的全球汽车零部件产业高峰论坛上,与会专家指出,“十二五”期间加快零部件发展,零部件的同步研发甚至超前研发是汽车产业的保障。不过,一位与会的民营零部件企业老板也告诉记者,他们目前正受到“两头挤压”,日子并不好过。一头是整车企业每年都要他们降价三四个百分点,另外一头就是生产成本不断上升。而标准提高与法规严格对他们也形成了技术与成本的双重压力。

对此,国家信息中心信息资源部主任徐长明的建议是:先做大,再做强。这条路线能够持续地保持成本优势,解决研发投入严重不足的问题。“十二五”期间,应当鼓励兼并重组,形成大型零部件企业集团,形成国内外配套的份额,有条件发展产业集群,鼓励汽车整车企业与零部件企业联合开发,打破区域之间、集团之间的障碍。

新能源弯道超越

最后,是抓住新能源汽车发展,实现“弯道超越”。

经过十年自主研发,我国的新能源汽车系统集成等关键技术领域取得明显进步,插电式汽车和混合动力式汽车进入市场,燃料水平也在不断提高。下一步,面对日益严重的能源和环境约束,坚持节能汽车和新能源汽车的并举,提高环保水平,加快新能源汽车的发展,组织实施新能源汽车创新发展的技术,掌握新材料等关键技术,突破动力电池与管理系统的核心技术,稳步推进试点示范,加快充电设施建设。

徐长明表示,我们要用10年左右的时间实现由汽车大国到汽车强国的转变。其中,一个重要标志就是掌握核心技术和新技术的发展趋势,支撑和引领世界汽车产品的技术进步,并在这个过程中,培育起自主创新能力。而新能源车发展无疑将在其中扮演“风向标”角色。

车展速递 | ChezhanShumiao

上海车展 像一支兴奋剂

周光军

人间四月天,上海看车展。今年的汽车环境不能说好,国家鼓励性汽车消费政策退出,北京摇号限购,日本地震冲击车商、油价每升几乎破8、北京停车每小时破10等诸多政策,听起来都不是什么好消息。中国力推的2020年实现新能源车500万辆的宏伟规划,决心不小,前景不明……

竞技体育中出现兴奋剂是丑闻、是大忌,汽车行业中出现兴奋剂是良药、是及时雨。这是把4月上海车展比作一支兴奋剂的根本。

差强人意的中国市场依然是全球最大的市场,早在3月举行的冠盖“全球五大车展”之一光环的瑞士日内瓦车展上,欧美等跨国汽车巨头就明确表态,上海车展比日内瓦重要。奥迪董事长施泰德说,日内瓦车展是办给欧洲人看的——欧洲市场仅仅是恢复性增长;上海车展是办给全世界看的——因为中国是世界上最大的汽车市场,年容量近2000万辆左右的市场规模。为此,不少车企刻意地把首发车型放在了上海车展。

于是,我们看到在本次车展上,全球汽车巨头几乎倾其所有:大众汽车集团7大乘用车品牌全来,其中西亚特、布加迪都是首次以官方身份参展,上海大众、上海通用和上海汽车都在家门口的主场拿出最好的精气神,上海通用有5款或全球或亚洲首发车型,在国内底蕴最为深厚的上海大众5年磨一剑的帕萨特推陈出新,被国人称为“塑造了最好的自主品牌”的上海汽车荣威、MG双品牌出击,逐渐成长壮大的奇瑞、吉利、比亚迪、长城、华晨等自主品牌同样不甘示弱,在做好国内市场的同时,奇瑞、长城还勇敢尝试走出去。

今年上海车展的展览面积、参展规模、车型数量、首发车型,放眼全球都是翘楚。令美国底特律、德国法兰克福、瑞士日内瓦等传统意义上的“全球五大车展”都黯然失色。以至于,有人把上海车展比作世界第一大车展。

上海车展是为当前中国车市注入的一支兴奋剂,透过上海车展也能看出整个中国车市好坏的端倪。

千万级豪华房车全球首发

金龙礼宾车公司携手瑞典斯堪尼亚打造千万级超豪华房车

于丹 赖飞萍

4月19日上午9:00,上海国际车展N5豪华车展馆,金龙礼宾车公司携手斯堪尼亚公司举办了SCANIA系列RV6127千万级豪华商务房车全球首发仪式。最新推出的SCANIA系列RV6127展车,兼具了金龙礼宾车公司以往的高设计水准和百年企业斯堪尼亚的先进技术。它在以往金龙

礼宾车的基础上,添加了电动天窗、大型遮阳篷和最新的卫星电视接收系统。车外8组摄像头,可结合车联网,通过网络或3G手机实现远程操控,大大提高了此款车的防护安全性。此外,此次展车还采用了12米房车专用豪华底盘,SCANIAGR875R智能型八档变速箱等等。这些只有在高端品牌轿车中出现的,使得SCANIA系列RV6127展车当之无愧



©金龙礼宾车公司高层吴向阳、沈镇光和新斯堪尼亚高层共同启动全球首发仪式

地成为国内豪华房车的领头羊。

业界人士指出,随着此次上海国际车展中SCANIA系列RV6127等更为先进的高端房车的相继面世,必



©千万级豪华房车 SCANIA 系列RV6127

将推动全新的生活和商务模式升级。作为中国高档房车的领导者,这一新型产品在上海国际车展的表现也因此更值得期待。

三叉戟全家福阵容 扮靓 2011 上海国际车展

魏众颖 丁林 于丹

2011年4月19日,在2011上海国际车展上,来自意大利的三叉戟品牌再次为中国消费者带来视觉盛宴——玛莎拉蒂携旗下两款全新车型玛莎拉蒂GranTurismo MC Stradale跑车和玛莎拉蒂Quattroporte总裁系列全球荣誉版“Awards Edition”精彩亮相。于去年巴黎车展全球首发的玛莎拉蒂GranTurismo MC Stradale终于在广大车迷的翘首期盼中惊艳登场,这也是这位顶尖高手首次与亚洲及中国的消费者进行面对面的交流。

玛莎拉蒂GranTurismo MC Stradale是迄今为止玛莎拉蒂车系中速度最快、质量最轻、动力最强的车型。它的设计灵感源自玛莎拉蒂

GranTurismo MC Trofeo以及在比赛中获胜的GT4赛车车型,但其动力更强、重量更轻,且操控性能精准灵敏,最高时速可突破300公里。同期展出的新车玛莎拉蒂Quattroporte总裁系列全球荣誉版,是为了纪念第五代总裁系列自2004年面世以来荣获来自全球四大洲14个国家中最具威望的汽车媒体和时尚刊物授予的56个奖项应运而生的,借本次车展正式在中国市场荣耀登场面世销售。值得一提的是,这款玛莎拉蒂Quattroporte总裁系列的荣誉车型将在中国市场限量销售56台。

两款代表着玛莎拉蒂目前最新制造技术和设计理念的顶级车型齐聚上海国际车展,令三叉戟展台更加精彩纷呈。玛莎拉蒂全球CEO韦斯特先生向在场的每一位嘉宾详细地介

绍了三叉戟家族的两位绝世高手。

除了这两款备受瞩目的主演车型,三叉戟品牌此次将旗下全系车型同时带给了中国消费者——浪漫阳光的玛莎拉蒂GranCabrio敞篷跑车,尊贵典雅的玛莎拉蒂Quattroporte总裁系列行政版以及运动激情的玛莎拉蒂GranTurismo跑车和GranTurismo S跑车。本次全系的精彩亮相,既能让您品鉴到玛莎拉蒂极具现代感和突破创新精神的最新车型,又可品味玛莎拉蒂近百年的品牌精髓和尊贵的历史传承。

据了解,2010年,玛莎拉蒂报收5.86亿欧元营业收入,比2009年增长30.8%,主要归功于旗下全新GranCabrio敞篷跑车、GranTurismo系列以及Quattroporte总裁系列强劲的销售表现。2010年玛莎拉蒂共向

终端客户交付新车5777辆,该数据较2009年增长约18%,归功于玛莎拉蒂在全球主要市场上的积极表现。

【背景资料】

玛莎拉蒂在中国

玛莎拉蒂通过法拉利玛莎拉蒂汽车国际贸易(上海)有限公司在中国进行运作。合资公司成立于2004年8月,总部设在上海。

目前,玛莎拉蒂已经建立了全面的销售和服务网络,遍及中国14个主要城市,包括北京、大连、青岛、上海、杭州、成都、重庆、广州、深圳、昆明、南京、武汉、天津和温州。预计两年内,玛莎拉蒂经销商网络将继续拓展并覆盖至20多个城市。

服务零距离 上汽依维柯红岩服务品牌亮相上海车展

蒋建华 于丹

4月20日早上10点30分,在阳光明媚的春日里,伴随隆隆的威风锣鼓声,红岩汽车服务品牌在众人的注目中隆重发布。据悉,此次上海车展期间,上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上依红”)适时推出的服务品牌——服务零距离,倡导的是不仅要打造以红岩杰狮为代表的高端产品,更要打造与欧洲依维柯服务标准相接轨的高端服务,借力股东方强势资源,全面出击国际、国内重卡市场,同时标志着上依红服务品牌正式诞生。

上依红总经理熊伟铭先生在致辞中指出:2010年是上依红取得长足发展和进步的一年,重卡产销历史性地突破3万辆,同比增长70%,创造了企业发展的新高。2011年,上依红生产经营继续向好,一季度产销各类重卡近13000辆,同比增长达到了40%。同时,上依红清醒地看到,重卡行业已进入后竞争时代,已经无法单

纯依靠一款物美价廉的产品来一统天下,还需要打造高端服务才能为整个营销提供强有力的支撑和保障。今天,在国人瞩目的2011年上海国际车展上,隆重推出酝酿已久的上依红服务品牌“服务零距离”,它的出现将让每个用户都真真切切地感受到了上依红为他们带来的价值。

上依红的“服务零距离”包含了几层含义:——技术零距离。技术一直是上依红引以为自豪的领域,上依红引进了意大利依维柯专门为售后设立的BOM表以及整车维修、远程诊断仪等专业工具,结合中外专家每年数千课时的培训,打造出了一支技术真正过硬的服务技师队伍,这将为上依红的用户提供一站式维修服务,解决他们的后顾之忧。

——时间零距离。上依红推出了业内领先,有着“移动服务站”美誉的专业移动服务车。该车配有各类通用工具和红岩车专用工具,可实现对95%以上故障的有效排除。加上上依

红数千公里外对车辆故障的远程服务协助,能让企业真正做到运筹于帷幄之中,决胜于千里之外。

——空间零距离。截至目前,上依红服务网络已实现全国高速路重要节点的全面覆盖,所有地级市服务网络100%的分布和全国18个配件中心库的建设,这为红岩汽车售后服务铺平了道路。

——关怀零距离。除了常规性的季度促销,解决用户保养和维修问题之外,上依红还为红岩用户提供了更为行之有效的关怀方案。例如:天气、路况通报、生日贺卡,为车主送去最贴心的提醒和祝福。

——增值零距离。上依红不但为用户量身打造了“维修保养合同”,还开创了“车主俱乐部”。通过此平台,广大红岩车主除了享受维修、保养和购车方面的优惠外,还可以获得大量的物流配送信息,从而提升盈利能力。这势必将大大提升用户的满意度。

与此同时,上依红借鉴了国外重卡行业的先进管理经验,结合国内重



上汽集团副总裁龚蔚(左一)、依维柯副总裁Enzo Gioachin先生(左二)、重庆机电控股集团副总裁陈萍女士(左三)、上依红熊伟铭总经理(右一)一起拉开舞台中的金色帷幕,代表崭新“服务零距离”的巨型LOGO展现在众人面前。

卡特点,为中国重卡市场打造了第一个标准化的用户服务流程——STAR标准流程,即星级服务流程。

STAR流程,按照上依红在当天发布中阐释的中文意义为:精、诚、达、信。精,即为专业、精准;诚,是诚信加诚心;达,即服务高效、畅达;信,是信赖和可靠。上依红表示,STAR标准服务流程的意义与价值就在于:让用户走到哪里都可以享受同样高质量的服务;通过实施标准化的流程,

产业时评 | Chanye ShiPing

汽车产业政策 应稳中求进

梁冬梅

工信部副部长苏波在4月18日参加上海车展时确认,“十二五”期间不会有汽车业的产业政策。这是工信部官员首次公开做此表示,算得上是权威发布政策是否出台固然重要,更重要的是,无论何种政策,都应该具有稳定性和可预测性。

关于不出“十二五”规划的原因,工信部相关负责人曾对财新记者解释说,是工信部会牵头制定《节能与新能源规划》,因此就没有必要再出台“十二五”规划。发改委相关负责人则称,原因是产销量已经不是汽车业最重要的问题,“现在重要的是汽车的质量和性能”。

的确,中国汽车市场过去几年的爆发性增长,除了中国消费者购买实力的体现,一个重要原因也是政策上一直采取的鼓励态度。但是,随着汽车保有量的迅速提高,由此造成的城市交通难题已经迫在眉睫,汽车产业发展方向及时调整是顺应潮流之举。

2008年,受金融危机影响的中国汽车业仅实现了6.7%的增幅,为十年来最低。于是,2009年初,为挽救低迷的汽车市场,中国政府出台《汽车产业调整和振兴规划》,决定自1月20日起对1.6升及以下小排量汽车给予了购置税减半的优惠政策。

可是,规则里没有提该政策何时结束。2009年,中国车市又一次爆发式增长,全年销量增幅达到46%,这在全球绝无仅有。于是,去年购置税优惠政策从之前优惠5%,降低到优惠2.5%,今年则全面取消购置税优惠政策。

取消优惠政策本身倒不足为奇,理由也算充分。但是,一项政策从何时开始实施,何时结束,直到政策将要实施时才为人所知,也难怪汽车厂商抱怨。

以购置税优惠政策为例,直到2010年12月份,2011年全面取消购置税优惠政策的消息才经发改委确认。如果厂商没有提前调整,仍然按照购置税优惠政策延续来判断市场,则肯定会有大量产品积压,而这样的非市场因素的损失本来是可以避免的。北京市为限制汽车购买而采取的摇号买车政策同样如此。2010年12月23日下午,北京市政府公布将实行摇号购车制度,而政策自12月24日凌晨即实施,导致北京市许多4S店排长队、通宵达旦办理手续的情况。

汽车“十二五”规划不出台了,很多车商反倒拍手叫好,部分原因即在于,有些时候可能没有政策比政策频变更好。