

“2009年北京奔驰开始正式盈利;2010年盈利水平得到了大幅度提升;我个人预计,2011年盈利水平会在2010年的基础上有50%的提高。北汽集团与戴姆勒在德国签署战略合作框架协议后,2015产能预计将达50万辆。”

以战略合作勾勒北汽发展蓝图

——北汽集团董事长兼北京奔驰汽车有限公司董事长徐和谊访谈录



北汽集团董事长兼北京奔驰汽车有限公司董事长徐和谊

朱行之

据汽车商报报道,6月28日,北汽集团与戴姆勒在德国签署战略合作框架协议。根据协议,北京奔驰将获20亿欧元投资、加速发展步伐。签约之后,外界对北汽的关注迅速升温,这20亿欧元包含哪些投资项目?北京奔驰未来的产品怎样规划?中长期的目标是什么?一系列问题需要解答。7月9日,在北京奔驰新发动机工厂奠基仪式上,北汽集团董事长兼北京奔驰汽车有限公司董事长徐和谊披露协议细节,一个庞大的发展规划变得清晰起来。

新布局新规划

记者:这次跟戴姆勒在德国签的合作框架协议,其中提到20亿欧元的投资,现在有没有一些具体的步骤,包括哪些项目?

徐和谊:实际上不止20亿欧元,后面的项目还在继续谈,现在双方对外统一讲的20亿欧元是目前已经确定的、正式获得了市发改委的批准4个项目。后面的项目还在谈,项目的设计还没有完全出来,同时这20亿欧元投资里面不包含税金、流动资金,以及未来待定的一些新项目和内容。

记者:协议签署之后,北京奔驰将怎样规划未来几年的产品序列?

徐和谊:按照我们现在和戴姆勒一起达成的协议,北京奔驰将在原来E级车和C级车的两个车型的基础上扩大产品系列。扩大的系列主要是覆盖两个大的区间,一个是SUV,一个是紧凑级别的轿车。SUV打头阵的是GLK,随后还有一款基于B级车的新

SUV;轿车方面则会有全新的A级和B级。这样北京奔驰将会有一个好的市场细分。按照现在的计划,我们到2015年之前,每年都会有一款新车上市。

记者:产能的发展规划如何?

徐和谊:基本上,一年增加10万辆的产能,一直持续到2015年。因为现在有些设计正在陆续开始,初步规划是40万辆左右,但同时也在技术层面上探讨提高的可能,这样的话产能就可以接近50万左右。

记者:发动机工厂未来如何规划动力布局?

徐和谊:未来生产的发动机有几种排量,一个是1.6L,2.0L,还有一个3.0L。这些发动机是目前奔驰开发的最先进的发动机。这些产品拿过来之后要配备在北京奔驰的所有产品上,基本上涵盖了奔驰在中国的本土生产整车所搭载的发动机。我们还在探讨下一步的发展,看有没有一部分富余的产品保证未来的出口。

这次奔驰把发动机从本土拿到海外生产,是戴姆勒125年发展史上的第一次,并且拿出来的发动机又是现在开发的最先进的发动机,而不是把成熟的、老的产品。我想这无疑对提高北京奔驰产品的市场竞争力,对降低奔驰在中国所生产制造的整车产品的价格,对提高这些产品的国产化率,都会带来极大的促进作用。国家有关部委也很关注奔驰把发动机产品和技术拿到中国来,通过几年的不懈努力,这次终于戴姆勒把产品和技术拿来了,所以意义很重大,难度可想而知。

盈利预期提升

记者:随着新发动机工厂的建成、国产化率的提高,北京奔驰的盈利可能会提升,目前的盈利预期如何?未来国内的销售网络上有没有新的计划?

徐和谊:2009年北京奔驰开始正式盈利,2010年盈利水平得到了大幅度提升,我个人预计,2011年盈利水平会在2010年的基础上有50%的提高。可以看到,北京奔驰走上了一个正规的、合理的发展路径。随着2013年初发动机厂全面的投产,未来北京奔驰国产化率会进一步提高、成本会降低、利润也将大幅增长。

GLK车型预计10月底投产,大

概年底前后上市。我们和戴姆勒有协议,一旦产品国产化后,进口就全面退出,这是严格的分工,很明确的。

戴姆勒方面已经感觉到在中国销售网络的扩展速度慢了,影响了整个奔驰产品在中国市场的销售。现在我们在加大建设力度,从今年开始已经加大了,我想用一两年时间把销售网络建设的欠账补回来。

国产化率增高

记者:如果用我们自产的发动机,每辆车的成本会下降多少?随着发动机的投产,我们的国产化率将提高多少?按照目前的增速,您预计哪一年北京奔驰会后居上?

徐和谊:发动机国产化以后主要有两个方面的意义:一个方面是对北京奔驰来说,它不再仅仅是一个整车生产企业,也成为一个核心零部件的生产企业,这一点非常重要。另一方面,现在奔驰的采购体系是全球采购,在全球采购的基础上我们再进行国产化,会有整个发动机的成本控制方案。

北京奔驰在做C级车的时候,国产化率超过40%,但是E级车引进的时候,国家关于国产化率的政策已经取消了,但是我们还是继续按照国家40%的国产化率来做。至于北京奔驰产品今后的国产化率达到多少,或者说增长多少,主要取决于三个方面:第一,我们还是希望按照国家政策要求;第二,从成本上的考虑,如果国产化能带来成本降低,那自然就提高国产化率;第三,在整个发动机国产化中重要

的一点就是掌握核心技术,这对我们来讲是非常重要的。

奔驰这个品牌在中国市场上有很多的竞争对手,但是不能单纯从数量去比较。奔驰全球的乘用车销量一直在130万辆上下浮动,在全球的销量中,虽然进不了前十名,但是,如果拿奔驰的经营业绩、综合水平出来做对比的话,肯定会进入前十名。北京奔驰也会按照这个路子往下发展。

新闻链接

北京奔驰新C级轿车上市

7月16日晚上,国家体育馆迎来了又一位重量级的选手——北京奔驰新C级轿车在此发布上市。新一代C级轿车共有5款车型,其价格区间从30.8万元至46.3万元不等。

C级轿车是全球中高级豪华轿车的经典车型,自1991年诞生以来,共推出了3代车型,在全球售出了850万辆。2007年,C级轿车正式在北京奔驰实现国产。此次下线的是奔驰的第四代C级车。据介绍,与上一代车型相比,新C级轿车的技术改进和升级共有2000项之多。它是第一款使用全新一代奔驰CGI涡轮增压发动机的奔驰车,油耗将因此下降12%,百公里等速油耗不足7升。作为北京奔驰的中方股东,北汽集团负责人透露,今年以来,北京奔驰凭借C级和E级两款车型,销量增幅达到120%,利润也大幅增长,北京奔驰已成为拉动北汽产销及利润增长的最大贡献者。

(王刘芳)



奔驰C级车性价比颇高。

东风有限与美国德纳 深化战略合作

德纳增持DDAC实现对等股比



东风与德纳双方共同庆祝50:50股比正式达成。

文耀

7月13日,东风汽车有限公司(东风有限)与美国德纳公司(DANA),在湖北襄阳举行双方深化战略合作庆典活动。德纳公司增持东风德纳车桥有限公司(DDAC)业务股权。这标志着双方经过7年合作后,实现了50:50对等股权结构,从而将合作推向新的阶段。

DDAC成立于2005年,隶属于东风商用车公司,总部和研发中心在湖北襄阳,主要生产基地分布在十堰和襄阳。合资公司目前有员工7000余人。2010年销售收入66.5亿元,是中国最大的商用车桥公司,产品覆盖重、中、轻型卡车及客车用驱动桥、转向桥、贯通桥和轮边减速桥等。

本次深化合作,使德纳的股比从4%增持至50%,伙伴双方将充分运用双方母公司的技术、管理和其他支持,将东风德纳车桥有限公司打造成为最具竞争力的车桥公司。

据管理部门批准,新股权架构下的东风德纳车桥有限公司(DDAC)的工商变更已经完成,新一届董事会成员8人,分别由双方各任命4人组成。董事长为东风商用车公司总经理黄刚,Aziz Aghili为德纳公司委派的副董事长。

德纳全球总裁兼首席执行官罗杰·伍德说:“我们受合作伙伴东风有限持续强劲发展所鼓舞,期待加深与东风的合作关系,这是德纳深耕中国市场以及全球战略的重要一步。中国已经是全球最大的商用车市场,我们乐于携手东风这样最大的商用车制造商之一去拓展这一高速增长的市场。”

场。”

东风商用车公司总经理黄刚说:“东风与德纳深化战略合作,其意义不仅是对东风德纳车桥业务的强化,更是对东风商用车海外事业发展的支撑,是东风有限和德纳两大集团之间寻求全球范围内的战略协同,此举为东风商用车的全球战略提供帮助。”

背景材料

东风有限

东风有限是2003年由东风公司与日产汽车以对等股比组建的迄今仍属中国最大的汽车合资企业。东风商用车公司作为东风有限下属的中重型商用车事业部,拥有42年的造车历史,2010年销售突破30万辆。通过8年来的合资运营,东风商用车公司已经发展成为目前国内最大的中重卡制造商。今年上半年,东风商用车公司累计销售汽车19.3万辆,其中中重卡达13.9万辆,稳居中国中重卡行业领先地位。

美国德纳公司(DANA)

美国德纳公司创建于1904年,总部位于美国俄亥俄州莫米市,系世界500强企业之一,是世界上汽车、工程机械和工业产品及相关市场的最大的独立零部件供应商之一。作为全球领先的传动系统供应商,德纳公司的客户包括全球乘用车、商用车及非公路用车市场领域的主要汽车制造商。德纳公司在全球26个国家拥有近22500名员工,2010年实现销售总额61亿美元。

国际化路线成就非凡表现

雪铁龙 2011年上半年全球销量76.9万辆

2011年上半年,雪铁龙表现不凡,全球销量达769000辆。凭借成功的全球化战略和产品策略,雪铁龙在欧洲、中国等市场继续保持稳健增长。在俄罗斯、拉美等市场,雪铁龙更实现了强有力的突破。雪铁龙新一

代C4,雪铁龙DS3等车型持续热销。其中,新C4在今年上半年即已售出70000余辆。

在欧洲(30个国家),雪铁龙始终保持第六位的好成绩。今年上半年,雪铁龙在法国的市场占有率跃升

至157%,取得50年来的最佳业绩。同时,雪铁龙也实现了超过法国市场增速一倍的迅猛增长。在6月底的法国最畅销轻型商用车品牌排名中,雪铁龙位居第二。尽管西班牙汽车市场在今年上半年整体缩水25.5%,但雪

铁龙继续保持其领先地位。在中欧与东欧众多国家,汽车消费同样遭遇遇体滑坡,然而雪铁龙仍逆流而上,取得9.5%的稳健增长。

在中国,凭借世嘉和C5所取得的优异成绩,雪铁龙今年上半年的国

内交付量上涨6.3%,市场份额稳中有增。世嘉(两厢/三厢)兼具强劲动力与时尚设计,其上半年销量接近59000辆,占紧凑型轿车销量的5%。作为优雅大气、舒适安全的中级轿车代表,C5上半年在华销量超过17000

辆,占其全球销量的近1/3。下半年,雪铁龙将继续采取国际化路线,在中国发展新的伙伴关系,将DS系列及其他车型带给中国消费者。

(易车网)

华泰汽车:发展绿色清洁动力 打造知名自主品牌

近日,作为第十四届中国北京国际科技产业博览会系列活动之一的第二届节能中国宣传表彰大会在人民大会堂隆重举行。华泰汽车的清洁柴油发动机技术获国家权威机构认同,在参评的近千家企业中脱颖而出,荣获第二届“节能中国优秀示范单位奖”。

多年来,华泰汽车在节能减排、推广清洁柴油车方面不断探索,走在自主品牌前列,并起到了良好的示范作用。随着节能减排的持续深入,清洁柴油动力在节能环保方面优势愈加突出,华泰汽车也日渐在自主品牌中异军突起,成为发展清洁柴油车的行业先锋。不仅如此,十年华泰,通过自主创新与发展,已成为中国自主品牌中独树一帜的中坚力量。

砥砺十年 创自主佳话 “十二五” 再扬帆起航

历经十年发展,华泰汽车由单一产品起步,到现在已拥有圣达菲、特拉卡等成熟SUV车型和国内首款

中高级柴油轿车B11;拥有着全亚洲最大的清洁柴油发动机和自动变速器生产基地;并且,华泰汽车通过技术创新率先将TIVI智能系统应用到汽车领域,已成为中国自主品牌领先科技的代表。

“十二五”期间,华泰汽车将继续建立竞争优势,快速跨越20万、50万、100万辆整车、发动机、自动变速器的生产和销售门坎,步入良性增长轨道,并借柴油既有优势积极拓展海外市场,成为以汽车产业为主导的大型产业集团和定位于中高端的自主品牌。

到2015年,华泰汽车集团将形成100万台整车、100万台发动机、100万台自动变速器、100万套内外饰零部件的年生产能力;新能源汽车形成产业化,成为中国自主品牌第一品牌。除目前已经上市的整体产品圣达菲、特拉卡、B11外,将陆续实现10款车型上市销售,产品覆盖A、B、

C三级,产品类型覆盖轿车、SUV、MPV以及新能源汽车等主流乘用车车型。

面对“十二五”的战略目标,华泰汽车还积极制定“四化”的发展路径,即从华泰实际出发,以管理系统化、资源产品化、产品市场化、竞争差异化打造整合力、生产力、竞争力和品牌力,实现跨越式发展。

B21 稳步推进轿车战略 宝利格高调展现品牌实力

成立十年来,通过对圣达菲、特拉卡这两大畅销国际的韩系经典产品的成功引进及本土化市场培养,华泰汽车在产品开发、技术创新、市场精耕、品牌化管理等方面拥有了一整套成熟的运作经验,并逐步确立了差异化的低碳发展战略。随着圣达菲、特拉卡两款SUV

车型成功地在国内SUV市场确立牢固的地位,面对打造最高水准自主车企品牌的企业目标,华泰汽车还不断完善产品阵容,积极推出全新车型。

继首款定位于B+级中高端商务车的全新轿车车型B11在去年年底正式上市,华泰汽车轿车战略中的又一力作华泰B21也即将问世。在2011年上海车展上,华泰B21正式闪亮登场。和华泰B11相比,华泰B21更加适合于家庭使用,是专为都市精英族量身打造的城市运动型高性能轿车。B21继承了B11的多数优点,处处彰显年轻时尚、动感十足的运动气息,符合都市精英一族阳光、充满活力的气质。B21不仅将稳固华泰汽车的轿车阵容,并且将成为其稳步推行轿车战略的又一制胜棋子。

今年,华泰汽车还将重磅推出全新高端SUV车型宝利格。它外观时尚、大气,处处透露出高端SUV的豪华品质。

探索新能源 拓展电动车

作为国内清洁柴油动力的引领者,华泰汽车发展柴油轿车的技术优势在B11身上得到良好的体现。而继柴、汽两版B11问世之后,华泰汽车又在新能源的探索之路上取得了新的成果,在今年上海车展上首度亮相的电动版B11,使得华泰B11成为柴、汽、电三栖发展的创新科技与绿色环保相结合的力作,真正代表了未来汽车发展的必然趋势。

一直以来,华泰汽车始终致力于新能源技术的研发,华泰汽车在新能源技术开发和应用方面多有积极尝试和有效成果,在产品布局上也坚持多模块、多类型的发展,电动版华泰B11就是一个典型的例子。

目前,华泰汽车已经具备了量产

电动车的技术筹备,并且一直进行着研发筹备。在新能源研发及应用方面也具备着显著的技术领先优势。依据市场需求和国家相关政策的实际情况,在合适的时间,华泰汽车的电动车也将推向市场。对电动车领域的不断拓展,也将使华泰汽车未来的发展之路更为绿色和长远。

迈入蓬勃发展的“十二五”,作为一个经历十年发展的国内自主品牌,华泰汽车无疑迎来了一个更为广阔而光明的发展机遇。未来,华泰汽车将继续以自主创新的精神,不断完善产品线,努力成为横跨轿车、SUV、MPV及商用车等车型的自主品牌整车制造商。并且,华泰汽车将继续行进在节能减排的探索之路,不遗余力地完善产业布局,打造出国内自主汽车的知名品牌。

(张博)