

品牌动向 | PinPai Dongxiang

福汽集团在三年后真有了“福气”，再次成为三大汽车集团眼中眼馋的“香饽饽”。虽然北汽集团曾占据先机，但三年的时间无果而终。但今年年初，除北汽以外广汽、东风也时有接触福汽的消息传出。此番明争暗夺，各企业背后的产能争夺及市场布局野心昭然若揭，但似乎接触时间最长的北汽最得福汽“芳心”。

北汽广汽东风明争暗夺 收购福汽“疑云密布”

□ 周和双

龙年伊始，安静了三年之久的212号福建汽车集团（下称“福汽集团”）大院再度热闹起来，而龙年首先迈入这个院子的似乎是北汽集团。据知情人透露，“北汽集团高层的确去福州和福汽集团有所接触，而此次福汽集团的态度突然主动起来，一改过去的‘冷脸’，但目前尚未‘接触’出实质性的谈判结果。”

据汽车商报报道，对于北汽方面时隔三年后再次做出收购福汽集团的接触动作，接近北汽高层的知情人士告诉记者：“其实这三年来，对于收购福汽一事‘从未放弃’，一直在等待时机。”但是，岁末年初，除北汽以外广汽、东风也时有接触福汽的消息传出。福汽再次成为三大汽车集团眼中的香饽饽。

尘封三年 隐情曝光

早在三年前，北汽集团与福汽集团有过深入谈判，并签订了初步的协议。2009年7月，双方甚至已经草签合作协议，福汽集团转让40%的福建戴姆勒股权给北汽，福建戴姆勒的股比因此变为北汽集团40%、福汽10%，戴姆勒轻型汽车（香港）有限公司持有50%股份。

据当年接触过这场谈判的人士透露，原本只是由戴姆勒牵线，希望达成南北奔驰（南为福建戴姆勒，北为北京奔驰）统一目的的北汽，在与福汽集团谈判过程中居然产生了全盘收购的意向，而且当时福汽集团也原则上接受了这一思路。随后，双方便开始研究新的整体重组协议，而福建戴姆勒股份转让的协议已经无法满足双方全面合作需求，因而不了了



福汽集团与三菱汽车有不解之缘。

之。外界当时报道该收购失败的原因是，广汽集团的介入使价码大幅提高，导致北汽原本的5亿元收购价码已经无法满足福汽集团的胃口。然而记者在追溯那段尘封三年的故事背后发现，北汽收购福汽集团项目搁置的背后或许已经不再是价码高低层面的意见不统一。然而尘封的故事后面到底隐藏着什么细节？

或许接下来的故事只是一个巧合。当年北汽重组福汽集团消息突然消失无影的12月，刚刚到任第四天的福建省委书记孙春兰来到闽侯青口汽车工业园区，视察了两岸合作和国际合作交融的东南汽车、福建戴姆勒汽车，孙春兰似乎在用自己的举动暗示着希望福建省能够发展自己的汽车产业。

而就在11月30日，孙春兰被正式任命为中共福建省委书记。据经历当年福汽集团重组的知情人士透露，正式任命之前，孙春兰便开始关心福建省的汽车产业，并就福汽集团的情况进行过较深入的了解。于是福汽集团被重组一事便停顿下来，再往后

就是孙春兰上任四天便迅速造访福汽集团旗下的两大合资企业东南汽车和福建戴姆勒。当时北汽要想重组福汽取得地方政府鼎力支持或许已经希望渺茫，收购一事唯有停摆，本已谈成的福建戴姆勒股权转让协议也随之泡汤。

据了解，当时福汽集团在国家要求加速汽车产业重组的大形势下，其命运已经没有什么悬疑，接受优势企业的重组已经在决策层面达成了共识，而且当时多数媒体也是这种态度。2009年初，福汽集团董事长廉小强上任之后，也多次在会议上提及重组事宜。新的东家在广汽和北汽中二选其一。

然而2009年10月30日，正值孙春兰即将上任的时间点上，福建省出台了《福建省汽车产业调整和振兴实施方案》，其中明确了闽台（福建和台湾）合作的重要地位，福建与台湾地区将共同建设汽车整车及零部件产业基地。可见当时福建政府已经开始放弃重组想法，转而支持福汽集团独立发展。

此时，北汽收购福汽集团最好的

时机已经转瞬即逝，原本已接近尾声的重组案戛然而止，这其中各种原因错综已经很难完全还原。

世易时移 良机再现

无风不起浪，也许新的收购时机已经出现。2011年是中国汽车产业的调整年，整体车市下滑，福汽集团旗下的福建戴姆勒、东南汽车两家合资公司销量低迷，压力较大。国家产业重组的大势下，被重组再次摆在福汽集团面前。从此次福汽集团对待北汽的主动态度来看，福汽集团方面似乎开始在坚持单独发展的立场上松口。

“虽然北汽收购福汽集团现在正式进入大家视野，但是真正搅动这盘棋的是半年前东风收购福汽集团的传闻。”日前有媒体人士表示。

因为东风裕隆的关系，当时便有媒体表示，东风可能凭借“政治挂帅”优势，重组同属两岸合资样本的东南汽车（中华汽车参股）。据了解，台湾裕隆与东风、福汽集团都有合作关系，与东风合资的裕隆汽车，以及有福汽集团合资成立东南汽车的中华汽车，均是台湾裕隆集团旗下企业。当时更有媒体报道，东风的胃口不只是东南汽车，意在全盘接手福汽集团。

显然，与广汽、北汽类似，东风参与福汽集团也是利用合资伙伴牵线搭桥。不过随后东风集团董事长徐平就接触东南汽车一事予以了否认。

“戴姆勒是北汽集团和福汽集团双方的合作伙伴，戴姆勒希望在中国市场实现资源整合，三菱则是广汽集团和福汽集团双方的合作伙伴，希望三菱品牌在中国市场有好的发展。”前述观察人士在回顾当年故事时认为戴姆勒和三菱在这场“没做好的

媒”中也起了牵线搭桥的作用。与北汽通过福建戴姆勒进而收购福汽集团的思路差不多，广汽则是借机东南汽车。两家原本都是希望整合旗下的合资企业，将合资伙伴的合资企业合二为一（北京奔驰和福建戴姆勒，广汽长丰和东南汽车），最后都机缘巧合地走到争抢整个福汽集团的收购上来，从2009年初到2009年末，两家在福州进行长达半年的暗战后，最后均无功而返。

不过，世易时移，此消彼长的局面已经出现。福汽集团方面也已松口，而当年资金拮据的北汽集团已经在三年时间快速成长起来，并且在2011年实现逆市上扬。北汽集团2011年全年共销售汽车154.1万辆，营业收入2009.7亿元。时机似乎再次转向北汽集团，转向徐和谊。

广汽的再次出现令北汽收购福汽集团一事增添了更多的未知变数。接下来，福汽集团究竟花落谁家的故事也将继续演绎下去。

【业内分析】北汽的机会最大

北汽集团与福建汽车目前正在接触，合作方案不排除北汽完全整合福汽，目前而言，北汽的机会最大。而自主品牌上市推后的北汽集团，实现“十二五”目标的压力加大。2011年，北汽集团共销售汽车154.1万辆，营业收入2009.7亿元。根据计划，到2015年，北汽集团的汽车产销量要达到350万辆，主营业务收入达到4000亿元。通过兼并重组做大做强是北汽实现“十二五”目标较便捷的方式。不过，北汽是部分收购福汽的部分资产福建戴姆勒，还是全部接盘福汽资产，目前尚在商讨中。

告别内敛式成长

江淮汽车换帅后“迎考”

□ 李村

近日，江淮和悦2012系列产品上市，官方指导价格调整为6.18万-8.68万元。其中，老款（2011款）和悦1.5L手动舒适型价格比原价6.58万元降低了4000元。在车市低迷的大

环境下，此次和悦2012系列“限价升级上市”，成为今年车市第一个官方宣布降价的车型。

中级车市历来是各大车企必争之地，以雪佛兰、现代、起亚为代表的合资品牌不断下压，和悦领衔的自主家轿极力抗战，其中6万-10万元成

为厮杀最激烈的战场。为了冲击这一市场，江淮乘用车对全系和悦产品同时进行了性能升级和价格调整。

和悦2012款在限价的同时也进行了全面升级，做了多项技术改进。其中和悦三厢车型共进行了多达21项改进。数据显示，和悦2011年全年累计销量达到81741辆，相比2010年同期增长达25.7%。和悦在国内目前的保有量已接近20万辆，这让江淮乘用车对和悦做价格调整成为可能。左延安时代的江淮汽车给人低

调而内敛的印象，不论是在产品线规划还是人才管理上都透着“稳健”气质。而继任者安进等相对比较活跃。除了对主力销售车型和悦进行价格调控外，安进上任以来，江淮也启动了企业内部的结构调整：原乘用车销售公司分拆为轿车销售公司和多功能商用车销售公司，前者销售和悦、同悦和悦悦车型，由原乘用车销售公司常务副总经理李建华担任总经理；后者销售宾悦、瑞风和瑞鹰车型，由原乘用车销售公

司副总经理陶智担任总经理，而原先销售公司总经理王朝云则负责管理品牌部和网络部。

江淮汽车发布的今年1月产销快报显示，1月份江淮汽车实现产量286万辆，同比下降50%，销量287万辆，同比下降48.7%，其降幅远高于我国汽车工业整体水平，与华晨、奇瑞、吉利等自主品牌车企相比也存在较大差距。这给刚刚告别“左延安时代”的江淮汽车转型前景蒙上一层阴影。

上海通用第四基地年内或将在武汉奠基

悄无声息，甚至连上海通用内部都没有第一时间获得消息，直到湖北省环保厅最新一批环评报告见诸网络，上海通用计划中的第四个乘用车基地——上海通用武汉分公司乘用车项目才浮出水面。

据华夏时报报道，近日，湖北省环保厅网站上公示的《省环保厅环境影响评价处2012年2月8日拟批准的环境影响报告书》显示，上海通用

汽车有限公司武汉分公司乘用车项目将落户武汉市江夏区。环评报告，上海通用武汉项目建成后 will 拥有年产30万辆汽车的整车生产能力，总投资70亿元，其中环保投资7635万元。上海通用武汉生产基地已经开始了前期准备工作，今年年内奠基，到2014年正式投入生产。

对湖北方面披露的信息，一向开明的上海通用对此保持了集体缄默，“到目前为止，无法提供任何有价值

的信息。”上海通用公关部在回答记者时称，对于之前媒体猜测的新能源项目基地一说，其内部人士明确表示“绝无可能”。

上海通用虽极力否认，问题是在上月底特律车展期间，通用汽车董事长兼首席执行官丹·艾克森在底特律通用汽车总部复兴中心接受中国媒体采访时曾表示：“上海通用即将在华建立新的生产基地。”当时，他并未透露新基地的选址和产能状况。时

隔半月后，通用董事长的言辞却由湖北方面率先曝光的项目评估给出了最合适的例证。

依据湖北方面披露的信息，武汉江夏将借此成为继上海金桥、烟台东岳和沈阳北盛之后第四个上海通用的乘用车基地。并且，这也将是上通在华中第一个项目基地。值得一提的是，该项目目前处在湖北省环保厅的拟批准建设项目状态，由于项目涉及的资金总量原因，最

终批复必须要经过国家发改委审核。据项目知情人透露：“正是由于尚处于报批状态，所以上海通用没法说，也不能说。”

公开披露消息显示，即便加上新建扩容项目，到2014年上海通用也只有130万辆产能，而其2015年在华年销量计划达到200万辆。现有产能确实制约了上海通用的进一步发展，扩产已是必然之举。

（孙斌）

比亚迪：暗推销售渠道变革 严控经销网络

□ 冷宇

从去年底开始，比亚迪悄无声息地开始对销售渠道改革。据了解，总部的决策已经开始实施，北京大区负责人雷康亮2月底将来自京赴任，他表示，北京大区新增加的职能部门也将于本月底到任，“职能部门的前移会让大区运作灵活很多”。

本次改革比亚迪不仅是在全国成立六个营销中心，还将总部一些职能部门前移到一线，而改革中有一条“公司大方向”各地都严格遵守，那就是“不增加新的渠道”。

权力下放大区

“从今年初开始，我们将全国六个大区改革为六个营销中心，并且在销售和售后部门的基础上，将原来一直在深圳总部办公的市场等营销部门前移至各个营销中心，赋予营销中心更丰富的职能，更像一个子公司。”比亚迪内部公关人士告诉记者。他表示，以前销售支援中的广告策划、活动、促销、培训、经销商现场管理和销售管理部门都在总部办公，与一线相隔较远，而将这些营销职能部门的人员都分别派驻到一线去，让策划营销与当地的市场情况相结合，“这样能让各个战区的响应速度快，配合更加密切”。

据了解，总部的决策已经开始实

施，北京大区负责人雷康亮本月底将来自京赴任，他表示，北京大区新增加的职能部门也将于本月底到任，“职能部门的前移会让大区运作灵活很多”。

严控经销网络

比亚迪总裁王传福在去年的股东大会上曾表示，“过去我们太集中于代理商的数目，而忽略了他们的质量，这是一项错误。”而现在比亚迪对于经销商的大方向是“一不增加新的渠道，二经销商可按照公司制定的经销商退出机制退网”。

比亚迪华北大区负责人在接受记者采访时透露，“现在是严控经销商网



长安标致雪铁龙 DS 版图开始布局

长安标致雪铁龙近日宣布，其旗下DS5和DS4车型将于今年第二季度在国内上市，时间将在6月底或7月初，而DS3也将于今年下半年进入中国市场。目前，DS事业部已正式授权包括北京、上海、深圳、成都在内的9个城市13家经销商开始建设经销店，这标志着DS在中国市场的品牌版图初见成型。

据悉，DS是来自欧洲的全新高端车系，在欧洲市场上至今已销售近18万辆。长安标致雪铁龙希望将这一欧系高端车成功引入中国市场，着力为DS在中国建立一个完全独立的经销商网络，并力求在现有的高端车细分市场中发展出一种创新的营销模式。

据了解，DS上市初期第一阶段计划在全国12个城市（北京、上海、深圳、杭州、宁波、成都、广州、苏州、南京、重庆、长沙和武汉）布局16个经销店，预计到今年年底发展到26家经销店，覆盖全国20个重点城市。目前，第一批DS经销店已开始兴建，预计将于今年上半年正式投入运营。（肖敏）

分析师预测：2018年 中国汽车销量达3500万辆

近日，J.D. Power资深分析师布罗德里克在接受采访时表示，由于中国消费者对汽车的热爱，2018年中国汽车销量最高可达3500万辆，比2011年销量几乎翻一番。

他的理由是，中国二三线城市和西部地区的人均收入有很大的上升空间，随着这些地区中间消费阶层的非必需支出明显增长，中国汽车市场在其他地方遭遇的增长减速可能会得到弥补，中国二三线城市将成为汽车生产商的真正战场。此外，中国尤其是二三线城市的汽车保有率相对较低，中国千人保有量仅为50辆左右，虽然不太可能很快赶上美国的900辆，但增长空间很大。

去年，政府取消了针对小排量汽车的优惠，大城市限购等因素影响，中国汽车市场增速回落，销量为1850万辆。未来，国内汽车消费者将继续受到油价、停车费上涨、限牌等因素的影响。但布罗德里克预计，只要油价或税收不对消费者的钱包构成严重伤害，中国汽车市场的长期走势就不会受到影响。

与此相反，国内汽车界人士对今后的车市走向并不乐观。有人士认为，与2010年的销量相比，2011年车市扣除出口销量等因素，实际上是零增长。多数人士预计，今年汽车增幅不超过10%。未来几年汽车市场增幅将进一步回调。还有人预计今年车市可能出现零增长。（马连华）

络，基本上是不批了。”他表示，除非某个申请入网的经销商资质特别突出，非常符合比亚迪发展的需求，不然不会再增加新店。

比亚迪总部的内部人士也表示，目前比亚迪的经销商已经比此前减少了近200家，现在不鼓励新的经销商入网建店，但允许现有的经销商通过合并等方式扩大自己的经营范围，比如自己销售的是A1网络的车型，经营能力强还想销售A2、A3网络的车型，这是可以申请。对于北京市场来说，雷康亮介绍，北京市场目前有十几家店，今年公司的策略仍是保北京市场。