

SUV 逆势高增长 龙头长城汽车 面临竞争者

乘用车对投资者来说并不是一个好把握的行业：每当宏观经济开始转向或者油价上升，消费者就会改变他们的习惯。但反过来，抓住了消费者习惯的公司往往可以“各领风骚两三年”，而目前，中国消费者的习惯用一句话来概括似乎就是：买SUV。

供不应求的 SUV

中国汽车工业协会的数据显示，2012年，国内乘用车共销售1549.5万辆，与2011年相比增幅仅为7.07%。在车市整体表现一般的情况下，SUV却“高歌猛进”，全年销售200万辆，比上年同期增长25.5%。

华创证券汽车行业小组组长王炎学认为，SUV之所以会有这样的增长，核心逻辑是增购及二次购车用户增多导致的消费升级。

随着汽车在中国越来越普及，消费者换购、增购的需求逐步增加。根据华创证券的研究，从2009年到2012年，国内消费者中首次购车用户的比例逐年下降。2009年，首次购车用户占全部消费者的87%，而2012年为73%。反之，更新/替换和增加一辆车的用户，即二次购车用户的比例则逐年上升。

而相比于首次购车用户，二次购车用户一个明显的特点就是更喜欢SUV。华创证券的数据显示，首次购车用户中，87%会选择轿车，10%选择SUV；在换一辆车的用户中，这两个数字分别是79%和18%；而在增加一辆车的用户中则为66%和31%。

总体来说，SUV目前仍处于供不应求的状态。中国汽车工业协会统计，今年前3个月国内SUV共销售63.35万辆，同比增长43.46%；轿车同比销售16.21%。“我了解的经销商，长安福特翼博出来后，预订提车的人已经排到7月份了。”北京一家券商的分析师在接受第一财经日报采访时说。

王炎学则表示，汽车行业传统的投资核心是看政策，比如补贴、限购政策等。但“这些政策对主流合资品牌的影响最大，因为他们的盈利重心在规模效应上。对SUV类公司没有影响，因为现在需求远大于供给，边际需求减少不会影响到销量和利润”。由于需求大于供给，他同时认为SUV对宏观经济有避震作用，“超越周期”。

新老产品共贏

围绕SUV这一投资主题，哪些车企存在投资机会？

上述分析师认为，上半年SUV新品推出多的企业今年会有比较大的业绩弹性。根据申银万国的报告，今年上半年预计将有11款SUV新品推出。其中包括长安汽车的福特翼虎和福特翼博、江淮汽车的瑞风S5等。

王炎学则表示，就汽车而言品牌是最重要的，其次对于SUV，价格低和外观时尚是左右消费者选择的两个决定性因素。

对投资者担心的自主品牌在设计上不如合资品牌的问题，王炎学认为，合资品牌在外观设计上的水准确实会高于自主品牌，但这与时代的高度是不相称的。“如果上世纪60年代和70年代的用户还是购买主力，自主品牌的机会小一些。但当年轻的90后成为主流消费者时，自主品牌的成长空间会非常广阔。”

目前A股上市公司中SUV业务突出的公司为长城汽车，由于准确地抓住了SUV的机会并在2011年10月推出了受欢迎的哈弗H6，公司在去年获得57亿的净利润，增长66%。其中，王炎学预计H6贡献的利润在20亿元。公司的一季报也显示出强劲增长，净利润同比增长73.39%。

不过，一方面，长城汽车今年推出的两款SUV新品哈弗H2和哈弗H8预计都要在今年年底上市；另一方面，尽管根据中国汽车协会的数据，哈弗品牌的销量在2012年和2013年1~3月均排在所有SUV之首，但随着其他厂商在上半年相继推出SUV新品，是否会受到较大冲击？

上述分析师表示，年底才推出新品的确会令长城汽车的业绩弹性缺乏想象空间，但新品的推出却不一定挤占哈弗的份额，包括现在比较受关注的福特翼博。这款定位于中低端的盒子SUV，预计价格区间在9.48万到12.98万，被认为与定价在10.08万~15.18万元的哈弗H6和定价在9.28万~15.88万元的哈弗H3形成直接竞争。

他认为，福特翼博和哈弗在细分市场上存在非常明显的差异。“翼博主要还是定位在都市年轻白领。定价虽然和哈弗差不多，但空间要紧凑一点。哈弗则还是三四线城市，同样的价格空间更大。”

王炎学则表示，SUV市场现在仍然是一个产品供给推动市场，需求大，可选的车身就少。新产品上市虽然会分走一杯羹，但蛋糕本身就很大。2012年SUV的销量是200万辆，占乘用车整体销量的13%。如果乘用车市场总需求按2000万辆来计算，若SUV的市场份额提升到30%，总需求将达到600万辆。

具体的指标方面，可以关注SUV利润占比。申银万国预计，未来两年长城汽车、长安汽车、悦达投资、广汽集团及上汽集团的SUV利润占比将分别达到60%、53%、52%、30%和19%。

东风悦达起亚在2014年预计有索兰托和小型SUV两款新品上市，广汽集团则有广汽本田理念SUV和广汽菲亚达指南者等6款自主合资新品。王炎学认为，SUV的毛利率高，长城汽车的SUV利润占比将达到80%。（董冰清）

东风云汽：力克难关创新进取

——记东风云南汽车有限公司发展

■ 本报记者 王剑兰

在近年来中国产业经济正在发生巨大而深刻变化的大背景下，2012年9月7日上午，东风云南汽车有限公司（以下简称东风云汽）在厂区广场隆重举行合资重组新公司揭牌仪式。本次合资重组大胆引入民间资本，东风汽车公司和湖北明想集团以双方各占50%股份共同组建新的公司。东风汽车公司总经理朱福寿等和云南省、昆明市相关领导出席。

重组仪式由东风汽车公司纪委书记马良杰主持，东风汽车公司副总经理童东城与云南省政府副秘书长赵慧侠一道为合资重组新公司揭牌。揭牌仪式上，东风云汽公司董事长兼党委书记胡伟明回顾了东风云汽70年的建厂历史，东风云汽公司总经理龚先华发布战略报告。当天云南东风云汽生产的皮卡、东风帅卡也正式批量下线。

汽车是现代文明的重要标志之一。汽车工业代表着一个地区的现代制造业水平。东风云南汽车有限公司前称云南汽车厂，始建于1939年。新中国建立后，该企业隶属云南省交通厅，曾从事汽车修理、配件生产经营，并于1969年开始生产“昆明牌”汽车。1983年，改革开放的潮流席卷神州，云南汽车厂与东风汽车公司前身第二汽车制造厂实行紧密联营，并随资产划转，由国家国资委在1992年授权东风公司统一经营。2000年12月，东风汽车公司以云南汽车厂全部资产与云南圆正轴承有限公司、昆明钢板弹簧有限公司、昆明洪园车棚厂合资组建东风云南汽车有限公司。

经过70余年的沿革、发展，东风云南汽车有限公司成为国家大二型企业，拥有先进、雄厚的生产设备、工艺技术和人才队伍，长期从事汽车产品的研制开发、制造、销售和产品出口及所需设备、零配件、材料



◎胡伟明

进口业务。在多年的生产经营活动中，东风云汽经过一系列体制机制的变革和生产力的发展，建立了完整的生产、协作配套、销售、服务及信息反馈为一体的汽车制造经营平台。公司以研制生产适应高原地区车辆为目标，主要产品为东风系列平头和长头轻、中、重型柴油、汽油类载货车、改装车、客车和客、货两用车、皮卡车以及汽车底盘。现有获国家公告并取得国家车辆产品(3C)强制认证的100余个车型，共200多个品种。随着市场需求的不断扩大，公司每年都有新产品推向市场。

2011年，面对错综复杂的经济环境，在国内汽车增速放缓的情况下，东风云汽坚

持一手抓改革改制，一手抓和谐稳定，充分挖掘内部资源，稳住了生产经营，保持了企业稳定，产销汽车保持了两位数的增长，职工收入也实现了两位数增长。2012年，东风云汽以转模式、调品种、谋发展为主题，开始实施“走出去、退二进三、和谐云汽”三项工程，努力做好“重卡、轻卡、皮卡”三卡，构建“服务、营销、采购”三网，打通“融资、融智、融人”三渠道，谋划“新能源汽车、清洁能源汽车、专用车”三项目，强化“质量管理、安全管理、绩效管理”三项目等工作，在困难的形势下顽强进取，为东风云汽在新形势下新发展奠定了基础。

中国商用车工业经过连续十余年的大



东风沃尔沃合资或下半年完成 天龙旗舰明年二期投产

在本届上海车展，东风商用车公司也许是最引人注目的一家商用车参展商。在室内的N2展馆，东风商用车首发两款全新车型，新车首发数量在商用车展商中居第一，其中还有一款旗舰版车型——“天龙旗舰”（东风商用车D760项目）为其助阵。

在上海车展期间，东风商用车也同样是“话题女王”，关于东风与沃尔沃合资、东风未来战略产品的定位等话题，更是分外瞩目。

合资进程或下半年完成

今年1月26日，东风集团与沃尔沃集团举行了战略合作联盟签约仪式。

时隔三月，中外双方合资谈判进程是否仍在正常轨道？

东风商用车公司总经理黄刚告诉记者，目前工作仍在按照既定步伐推进。“我们内部（与合资相关）的准备工作一直在有序进行，外部工作主要包括两方面，一是欧盟的反垄断审查，预计5月份能完成；二是中国的反垄断审批。”黄刚表示，从目前进展来看，合资公司有望在下半年挂牌成立并正式运行。

“由于今年正值新一届政府领导班子换届，因此合资项目的审批时间会比原来预计的有所延滞。”黄刚坦言，“合资双方之前的计划已经顺延。今年7月1日左右挂牌成立，现在来看，7月1日已经不太现实，合资公司很可能会在7月1日到年底之间成立。这主要取决于政府报批的进度。”

一旦合资公司开始运营，外方将很快

进驻，参与到东风中重卡及发动机现有产品和未来产品的研发中。“而且，合资协议中明确了要引进沃尔沃的变速箱，合资公司成立后估计会很快引入，从而形成沃尔沃14挡变速箱和东风自产14挡变速箱的高低搭配。”东风商用车技术中心中心长蒋鸣透露。

天龙旗舰明年二季度投产

本届上海车展上，天龙旗舰版以全新外形、全新配置、全新定位，令人刮目相看。据了解，天龙旗舰搭载东风康明斯ISZ13 480马力国四发动机和ZF12挡AMT机械自动变速箱，是东风商用车自主研发的下一代战略产品。黄刚告诉记者，“天龙旗舰”定位高效长途运输车，将在明年二季度投产。“这款高端重卡对标的是国际水准产品，同时面向国内和海外两个市场，它代表了东风未来产品的发展趋势。为了保证高品质，我们在发动机、变速箱、制动系统等零部件体系上，都跟国际优秀的供应商进行了广泛深入的合作。”

“这款车型是在天龙D310重卡获得成功的基础上，东风商用车摸索如何跟国际上最先进车辆竞争和对标的结晶。它在设计时的标杆就是曼、奔驰等高端进口车。”蒋鸣介绍满足不了，同时由于国内的很多供应商确实满足不了一个规格的特性和特性追求，我们也不得不大量采用了国外供应商，跟他们展开全面合作和系统的匹配开发。未来与沃尔沃集团合资后，我们将跟外方一起，在天龙旗舰上进行一些专项技术的开发。”



◎上海车展上展出的东风天龙准重型中长途运输车。

“众所周知，中国卡车制造商的品牌定位是低于中国国内日系品牌的。我们希望，这款天龙旗舰的品牌定位能够达到甚至超过日系车。”东风商用车技术中心副中心长蒋学锋进一步补充说，“从商品的特性追求上，我们希望天龙旗舰在投放市场后，在商品的特性方面完全超越日系车的特性，在部分商品特性上要达到欧系车的水平。”

据他介绍，天龙旗舰D760项目采取了全新的开发方式，“比如天龙的驾驶室开

发方式，是中日双方在日产柴G105驾驶室基础上做的一些联合开发。而天龙旗舰的驾驶室开发，虽然采取了跟国内外造型设计公司进行联合开发，但车身结构设计、曲面设计、后续工艺制造等方面都由东风自己开发。也就是说核心的技术掌握在我们自己手里。”

如此看来，到2014年，天龙旗舰也许会是重卡市场最有点的一款新品。（光耀）

双星橡胶机公司：研制成功“万能”硫化机

企业的第一功能是开发市场，需要围绕市场设计产品。

双星橡胶机公司发挥“技术、一线、市场三结合”创新优势，经过团队努力，成功研发出双星“万能”硫化机，并在双星青岛轮胎总公司的支持配合下顺利完成调试，于日前成功硫化出合格的轮胎，经过近段时间在双星青岛轮胎总公

司试用，反映设备更智能、操作更简单、维护更方便、运行更高效。

该“万能”硫化机较传统实现了多项创新，其中双星橡胶机专有核心技术创新11项，采纳双星青岛轮胎总公司创新技术22项，吸收市场意见创新21项，结束了传统硫化机一台只能硫化一个规格的历史，能够硫化16寸到24.5寸内规格的

轮胎，基本涵盖了所有全钢轮胎尺寸。该硫化机实现了四项“万能”，一是调模“万能”，实现了不同模具型号行程高度可随时调整；二是抓取胎坯“万能”，不同尺寸的轮胎胎坯通过调节机械手均可顺利抓取；三是定型规格“万能”，不同规格车型的轮胎在定型过程中数字化操作，定型高度、压力大小、时间等可自由设定；四

是单双模硫化“万能”，可进行双模硫化亦可进行单模硫化。另外，该硫化机还实现了抽真空串气自动检测，轮胎及胶囊后部可视化操作，维修检测操作方便等功能。该产品的成功研发，为双星橡胶机公司开拓市场提供了新亮点。

（本报记者 何沙洲 通讯员 王开良 季付高）