

联合出口计划搁浅 上汽、通用各自为战

作为苏瑞博任期内的三件大事之一,通用中国的出口目标再度被提升。通用中国总裁苏瑞博日前表示,通用在华合资公司的今年出口目标为 13 万辆。2012 年,通用的中国合资公司出口量为 7.7 万辆。这意味着其今年的出口数据将增长 70%。

与此同时,曾计划在印度甚至更多海外市场与通用携手的上汽,日前也传出其在埃及的合资公司即将于近日投产。借此,一张跨越亚、非、欧的海外蓝图初具雏形,而上汽今年的海外销售目标也将同比增长两成。

作为通用在中国的合作伙伴,上汽一度曾希望借通用庞大而成熟的海外销售网络来兜售自己的产品。但去年年底,上汽先是放弃了对通用印度业务部门的增资计划,随后,上汽与通用在香港的合资公司股权结构大变。上汽与通用在 2009 年签下的“共同进军新兴市场”的战略也在实质上搁浅。

随着两份 2013 年出口计划的出炉,决定两条船各自出海的上汽与通用,在海外市场上的关系也将由合作伙伴转向更复杂的层面。

各自的雄心

在苏瑞博看来,合资公司上海通用的出口潜力,是通用全球最有价值的新增长点。

在通用汽车的计划中,今年在中国生产的汽车的出口目标是 13 万辆,显著高于 2012 年 7.7 万辆的实际出口量。而其他新兴市场通用汽车旗下低端经济款车型雪佛兰新赛欧的需求提振,是通用定下高达 70%同比增幅的动力。

新赛欧由通用和上汽合资的泛亚研发中心研发,这款针对中国本土消费者开发的经济型小车在 2010 年 1 月上市,同年 10 月便从山东烟台开赴智利。在通用去年从中国出口的车型销量中,新赛欧占了 80%。

苏瑞博称,赛欧帮助通用汽车在南美和其他新兴市场与日系、韩系等其他品牌展开竞争。这对于同时兼任中国、印度和东盟首席地区运营官的苏瑞博来说,是一举多得的事情。

此外,来自通用在华另一家合资公司上汽通用五菱的宝骏品牌轻型商用车也是通用重要的出口增长点。

继 2012 年 7 月上汽通用五菱热销微客五菱荣光(N300)正式投放埃及后,今年 4 月,悬挂雪佛兰金领结的 Enjoy 五菱宏光(CN100)柴油版也在通用印度 Halol 工厂正式投产,与今年 2 月份量产的汽油版车型一起登陆印度乘用车市场。随后,五菱宏光右舵汽油车型也在 5 月推出。

据全球知名汽车行业资讯公司 IHS Automotive 统计,今年前 4 个月,通用在华合资企业共出口 33623 辆汽车,超过吉利,成为仅次于奇瑞的中国第二大汽车出口品牌。

与通用庞大的出口计划相比,通用在中国的合作伙伴上汽的海外计划体量相对较小。

据国内媒体报道,上汽乘用车公司副总经理蒋峻近日称,上汽与埃及当地企业建立的合作工厂将于 6 月 19 日正式投产,首款车型的合资为荣威 750。印度工厂也被认为是继英国长桥的 MG 工厂后,上汽在海外投产的第二家工厂。

蒋峻同时表示,2012 年,上汽乘用车在海外市场卖了 1 万辆,今年的销售目标是 1.2 万辆,同比增长 20%。

2012 年 12 月 4 日,上汽集团与泰国正大集团(以下简称正大集团)联合宣布,双方计划在泰国建立合资公司,并面向整个东盟市场生产和销售上汽集团自主品牌 MG 系列产品。

按计划,上汽将授权泰国合资公司生产和销售上汽自主品牌 MG 系列轿车,新合资公司计划于 2014 年开始陆续投放产品,逐步形成 5 万辆的年产销规模,并使用 MG 品牌

在自建的网络中销售。此外,上汽自主商用车品牌 MAXUS 大通也将积极配合上汽的海外战略。

这一战略的发布紧跟在通用宣布回购上汽在印度业务中所占股份之后,被认为是上汽独出海外,拓展国际市场的标志性节点。

搁浅的伙伴关系

2009 年 12 月,重返华尔街的通用与合资伙伴上汽的关系正处在蜜月期,双方签署了合作开发亚太市场的协议,决定在香港成立 50:50 股比的合资公司——通用上海汽车香港投资公司。而合资公司的第一项任务,就是收购通用在印度的生产工厂,重振通用印度业务。

但 2012 年年底,通用汽车宣布,通过从上汽手中回购其所拥有的通用印度合资公司 50% 股份的大多数,通用在该公司的股份提高至 93%,重新获得了对印度合资企业的控制权。

上汽此后的解释是,双方约定的增资期限已临近,但印度公司并未达到既定的赢利预期。因此,上汽决定放弃第二轮投资。

印度业务股权的变化宣布后双方“蜜月期”的结束。在今年 2 月提交给美国证券交易委员会的文件中,通用汽车透露,旨在拓展亚洲新兴市场而成立的“通用上海汽车香港投资公司”股权也发生了变动。

该文件称,2012 年 9 月,上汽全资控股的上汽香港投资公司放弃增资,从而让上汽在“通用上海汽车香港投资公司”的股权由 50% 下降到 14%,通用汽车持股相应地增加到 86%。

通用汽车同时透露,已于 2012 年 9 月份斥资 1.19 亿美元回购了合资公司上汽通用 1% 的股权。4 年前,上汽集团购买这 1% 股权的价格是 8500 万美元。

在与通用汽车在印度市场拓展上的“伙伴情谊”随着股权变动稀释后,上汽携自主品牌独自登上埃及市场,不可避免地将使双方关系更加微妙。在通用与上汽最初的新兴市场计划中,埃及同样是重要一站。除赛欧外,2012 年年底,在印度生产的五菱荣光已经悬挂雪佛兰标上市。

登陆印度标志着上汽自主品牌初步在亚、非、欧都有了落脚点。按照上汽与泰国正大集团的合作计划,随后还将通过东盟的优惠政策,引入更多产品出口至东盟市场,争取实现 20 万辆/年的产能规模。

品牌尴尬

随着上汽海外业务版图的逐渐扩充,上汽放弃增持印度业务的深层次原因也开始发

酵。

按照约定,在五菱产品上,上汽与通用的海外合作模式是:在生产 and 销售上都借助通用当地的工厂和成熟渠道进行销售,唯一的条件是要悬挂通用雪佛兰的品牌标识。

“除了印度业务的持续亏损,无法打出自己的品牌也是上汽终止继续投资的另一个原因”,接近上汽通用五菱的业内人士称。

在海外市场获得完整的品牌价值,同样是上汽随后启动自主品牌荣威、MG 全面出海计划的主要原因。不过,由于荣威在国际市场上并无知名度,因此,上汽决定,在印度投产的荣威 750,将悬挂有一定知名度积累的 MG 品牌标识出售。

不过,作为英国经典品牌的 MG 虽然在国际上确实有一定的口碑,且在被上汽收购后很快恢复了英国长桥工厂的生产,但与多个海外市场睽违多年后,MG 能否重新获得认可同样是未知数。数据显示,今年 4 月,中国设计的 MG 在英国 31 家经销商仅售出 14 辆轿车,截止到目前,其总销量也只有 236 辆。

事实上,品牌问题也一直是上汽踟蹰于何时独自出海的原因。

“拓展海外业务的另一种方式是自己建公司,我们更想做后一种,也正在朝这个目标迈进”,2012 年底,上汽通用五菱副总经理石国勇在青岛分公司发动机工厂扩建时表示。

虽然在分公司的“知识与产品、人力资本与团队输出、业务运营与最佳实践输出”业务模式,让上汽通用五菱颇为自豪,通过收取知识产权技术提成和零部件散件管理费所获得的利润也颇为丰厚,但上汽通用五菱的独立之心早已有之。

但能否挂上五菱标出海仍是未知数。对于在海外建公司,是通用五菱的标还是通用的标,取决于当地市场对品牌的认知度。

未来,作为上汽集团海外拓展的另一条腿,通用与上汽以上汽通用五菱为平台的合作还将继续,只是上汽从此会越来越边缘化。

“现在就是雇佣军的状态,派驻印度的上汽通用五菱中方高层的职务都发生了变化,人员也缩减了。”上述业内人士称。

不过,这并不影响苏瑞博的计划。苏瑞博此前在提到五菱宏光(CN100)即将在印度市场上市时表示,“我们对这款车未来在印度市场的销量表现非常乐观,我们希望五菱的产品能为更好市场提供,一个非常好的解决方案,以最好的产品和最佳的成本控制来取得销量佳绩。”

苏瑞博同时强调,“上汽通用五菱对通用汽车的全球战略来说是非常重要的,对通用汽车而言,五菱产品在新兴市场以及其它市场表现的表现非常重要。”(刘晓林)



据沃尔沃汽车最新财务报表显示,截至 4 月底,全新沃尔沃 V40 在上市不到一年的时间内,全球销量已超过 4.5 万辆。其中,中国市场自 4 月中旬上市至今订单量已过千

台。这款原本份属小众市场的车型,俨然跃身成为了一匹销量黑马,开始承担“走量”的使命。

作为沃尔沃汽车旗下的最新车型,全新

“拉风”V40 全球热卖 成销量黑马

V40 上市以来持续热销,并在竞争最为激烈的欧洲市场取得了空前胜利,在英国、德国、比利时和荷兰等市场捷报频传。数据显示,英国占据 V40 全球畅销市场之首,仅 3 月单月销量就达到惊人的 1920 辆,这对于相对饱和的英国市场来说不可小觑。英国权威汽车媒体《Auto Express》和《Autocar》一致好评:“全新沃尔沃 V40 迷人的北欧设计走在时尚前沿,并实现了舒适性与控制性的完美平衡,尤其在紧凑型豪华车市场脱颖而出。”而以挑剔闻名的《Top Gear》则认为:“充满独特北欧韵味的外观设计使 V40 看上去比传统的掀背车更加时尚动感,颠覆了传统的沃尔沃形象,顶级的安全科技,又让它内外兼修,在紧凑型豪华车细分市场绽放光彩。”

与此同时,在严谨苛刻的德国市场上,V40 同样是一辆不可多得的高品质紧凑型车。在德国权威汽车杂志《汽车博览》(Auto

Motor und Sport)发起的“2013 年度最佳车型”评选中,V40 在奔驰、宝马、奥迪等豪华车林立的德国市场获封为“最佳紧凑型进口车”。

除了欧洲市场的优异表现,V40 在亚洲市场也受到了热烈追捧。在日本,全新 V40 上市后 5 周内的订单量已达到去年全车型销量的 20%,引来了超过 200 家日本媒体的



关注。其中,全球首创的行人安全气囊引发了媒体日本并倍受赞誉。在更忠诚于本土品牌的日本市场,V40 的魅力可见一斑。

V40 在国内市场也延续了海外的突出表现,上市首月破千台的订单量让它也毫无悬念地成为了国内业界和媒体的新宠。在汽车品牌云集的 2013 上海国际车展上,V40 凭借搭载的 10 余项最新安全科技,获得“最佳领先科技奖”的殊荣,无愧于欧盟新车安全评鉴协会(Euro NCAP)“史上最高分”的五星评级及“最安全”车型称号。同时,它还以出色的外观内饰设计被《京华时报》评选为“最时尚豪华跨界小车”。

迷人精致的北欧设计,领先同级别的动力性能、顶尖的智能安全科技让全新沃尔沃 V40 凝结成为一辆“聪明、实用、高品质”的小车,而这恰好满足了国内众多年轻专业人士的生活和精神需求。(王倩 曹洪涛)



上汽运筹国际化 2030 年四大板块并进

上汽集团董事长胡茂元称:“去年,上海汽车将三分之一的利润拿来分红,比银行利息还高。从这点讲,我们有投资价值。剩余的三分之二放在账上,未来也可能再拿来分红。”而面对股价表现不佳,他辩称:“股市像生产啤酒的,要有点泡沫;我们(上海汽车)像生产黄酒的,没有泡沫。”

稳居中国汽车集团销量第一多年后,上汽集团将目光投向了国际化拓展之路。

无泡沫值得投资

5 月 30 日,上汽集团董事长胡茂元称,正在制定 2030 年上汽集团发展战略规划,争取在年内完成。未来上汽集团将在全球汽车版图内谋求提升核心竞争力、国际竞争力,上汽乘用车公司及上汽通用五菱加快了进军海外市场的步伐。

业绩稳定增长的上汽集团,碰到了不买账的资本市场。2013 年,上汽集团营业收入、利润保持增长,但股价表现却不尽如人意。2013 年第一季度,上汽集团累计销量达 133.6 万辆,同比增长 17.04%;营业收入为 1452.44 亿元,同比增长 17.16%;净利润为 61.98 亿元,同比增长 10.54%。但上汽集团的股价表现落后于海内外同行。今年前 5 个月,上汽集团股价下跌 11.39%,同期上汽集团股价涨幅超过 50%;海外汽车巨头中,丰田汽车大涨近 50%,日产汽车涨幅约 37%。

在股东大会上,面对股东关于“上汽集团是否具有投资价值”的疑惑时,胡茂元称:“去年,上海汽车将三分之一的利润拿来分红,比银行利息还高。从这点讲,我们有投资价值。剩余的三分之二放在账上,未来也可能再拿来分红。”与此同时,胡茂元也对股价表现不佳做出反思,他说:“股市像生产啤酒的,要有点泡沫;我们(上海汽车)像生产黄酒的,没有泡沫。”

据记者了解,久无故事可讲的上汽集团,今年下半年或将接连不断地上演戏码。

深入推进四板块

胡茂元表示,上汽集团正在制定 2030 年上汽集团发展战略规划,争取在年内完成。在即将出台的 3 个五年计划中,上汽集团将通过制定战略确定目标,将上市公司四大板块——整车、零部件、汽车金融和服务贸易进一步完善发展。与此同时,提升核心竞争力、国际经营能力成为上汽集团未来发展的重点。

上汽集团集团董事长、总经理陈虹告诉记者,“上汽集团追求的并不是扩张规模,而是建立核心研发能力。在自主品牌领域中,上海汽车定位于中高端市场,直接参与合资品牌的激烈竞争。一方面因为在多年合资后,上汽集团的优势集中在中高端市场;另一方面,核心研发能力是公司长足发展的重要支撑。”2012 年上汽集团乘用车销量约 20 万辆,尚未实现盈利。陈虹表示:“如果我们当时走低端路线,现在可能是 40 万辆至 50 万辆的年销售规模。”胡茂元则称:“自主品牌乘用车的保本点约 23 万辆,2013 年将实现盈利。2013 年计划销售 24 万辆,其中荣威销售目标为 16 万辆,MG 计划销售 8 万辆。”

据记者了解,上汽集团国际化将以两家公司——上汽乘用车公司、上汽通用五菱为重点,走合作、自主的两条国际化道路。其中,上汽通用五菱以合资模式为主,上汽通用五菱总经理沈阳表示:“借助于上汽集团与通用汽车在印度的合作,上汽通用五菱通过 CKD 等方式将产品出口至印度。我们以低成本的方式,输出产品、技术、管理团队,这种合作有助于加快上汽通用五菱的国际化进程。”5 月 9 日,雪佛兰 Enjoy(五菱宏光)在印度德里、孟买、加尔各答以及班加罗尔等大城市同时上市,主攻多功能型乘用车市场,和铃木 Ertiga、丰田 Innova 和印度本土品牌马恒达 Xylo 抢市场。沈阳指出:“五菱宏光在印度上市,只是第一步。我们未来在国内、国际还将充分利用这个成熟的平台,开发更多产品,最终将五菱宏光打造成百万辆级的国际化品牌。”2012 年,五菱宏光系列车型年销量约 31.6 万辆,2013 年计划销售 40 万辆。据了解,上汽乘用车公司打算自主、合资两条腿走路,陈虹称:“2013 年,MC 品牌计划出口 1 万辆,2012 年出口约 4000 辆。”此外,上汽乘用车公司和泰国正大集团合资,在泰国建立合资工厂生产、销售整车,并希望覆盖至东南亚市场。胡茂元透露:“我们也在考虑其他新兴市场,如南美、中欧等地。”

当问及是否考虑兼并重组时,胡茂元称:“收购兼并是中国汽车发展需要解决的问题,国有汽车企业也需要进行兼并重组。毕竟目前中国汽车企业还是较为分散。但上汽集团未来进行收购兼并或合作时,会站在国际化的立场上进行考虑,会更多考虑如何提升、整合核心研发竞争力及国际竞争力。”

在推进竞争力的同时,上汽集团新能源汽车业务也取得一定进展。陈虹告诉记者:“我们已经形成了新能源汽车系统的竞争力,在整个新能源汽车产业链均(有)布局,如电动空调、自动转向等等难点领域。”据了解,今年一季度,上汽集团纯电动汽车 E50 销量达 280 辆,均面对私人消费市场。陈虹称:“上汽集团财务总监会表示:‘此举引进了商业银行资金,解决了经销商建店资金、流动资金一揽子需求,有利于进一步推高上汽集团整车销量并提高后市场利润。’”当被问及“担保及坏账风险”时,陈虹认为不必担心,他说:“目前汽车经销商的坏账风险远远小于商业银行贷款坏账率。此外,上汽集团在担保前,要求所有经销商提供资产担保抵押物,并监控日常资金,以进一步控制风险。”

(吴琼)