

长安铃木推合资自主车型 将挂“长安牌”

在合资公司成立 20 周年之际,前几年一直沉寂的重庆长安铃木汽车有限公司 (下称“长安铃木”)近日动作频频。

继广州车展高调发布全新 SUV 产品后,在近日国家工业和信息化部(下称“工信部”)的 254 批车辆生产企业及产品公告目录中,长安铃木一款名为 SC7162 的轿车获批。公告显示,该产品将以长安牌进行生产。

早在今年 10 月份,长安铃木相关负责人就曾对媒体透露,长安铃木计划于明年发布合资自主品牌,首款车型初步确定,瞄准的是国内规模最大的 A 级车型。

逆向“输血”

工信部发布的产品目录显示,长安铃木上榜的产品商标为“长安牌”。据悉,这款车型很可能由母公司长安汽车主导研发。

“未来长安会直接向合资企业输出长安自主研发的车型与技术,统一悬挂长安自主品牌的标识。”长安汽车相关人士表示,除了长安铃木之外,目前包括长安马自达和长安标致雪铁龙亦已明确表示,未来将生产长安牌的合资自主车型。

事实上,从与 PSA 谈合资开始,长安就确立了“逆向输血合资企业”的合资自主路径。

2011 年长安标致雪铁龙成立时曾宣布,未来合资公司将引入长安车型,发展合资自主品牌。而在去年年初,长安集团董事长徐留平就曾表示:“年内长安集团将诞生首个合资自主品牌,即长安马自达的自主品牌。”

去年 10 月,在长安马自达和长安福特正式分家不久后,长安汽车方面又表示,目前长安集团正在与福特、铃木、马自达等合作伙伴进行商讨,计划由长安导入 品牌和产品,在旗下合资企业中推出自主品牌产品。随后,长安汽车总裁张宝林在多个场合也曾表示,长安汽车和旗下多个合作伙伴正在谋划推出合资自主品牌,预计 2015 年前面世。

值得注意的是,尽管在去年工信部的新车目录上,长安马自达名下也曾出现一款悬挂长安自主品牌标识的车型,但长安马自达方面称,目前精力仍将主要放在国产化车型和创驰蓝天技术方面,合资自主品牌虽然已在计划当中,但具体的发布与首款车型的推出尚未有时间表。

今年 5 月,长安马自达执行副总裁周波在接受媒体采访时曾表示,计划在现款马自达 3 平台上推出合资自主车型。不过,周波称,需要两三年时间先将马自达车型国产化工作做好,而推出全新的合资自主品牌和车型还需要更长的时间。

而长安福特总裁马瑞麟在广州车展接受记者采访时亦称,目前长安福特也在持续关注自主品牌的发展,看是否有机会进入这一块市场,但在尚未做好充分的市场和产品调研前,不会有定论。也就是说,何时能推出合资自主产品,长安福特方面并未有明确计划。

至于长安铃木合资自主计划何时落地,上述长安铃木相关负责人称,具体时间表还没明确,但在 2015 年前,长安铃木将陆续投放包括合资自主在内的 7 款新车,产品涵盖 SUV、B 级车、C 级车、7 座 MPV 和小型电动车,以及其他全新导入车型和长安铃木合资自主车型。

铃木之痛

铃木汽车作为最早进入中国市场的品牌之一,“起了个大早,赶了个晚集”。而成立于 1993 年的长安铃木,也可谓中国“老牌”汽车合资公司,历史甚至超过上海通用、广汽本田,资格之老几乎可以和南北大众相提并论。

然而,在近年来中国汽车市场急速发展过程中,长安铃木不但没有享受到“先来者”的优势,而且受累于长安汽车和昌河汽车之间的恩怨纠缠,发展一度受阻。更重要的是,受制于产品单一、竞争乏力之困,销量一直难上规模。乘联会的统计数据显示,今年前 8 月,长安铃木销量仅为 9.78 万辆,同比下降了 20.21%。2012 年,长安铃木销量 17 万辆,同比下滑 22.7%。

不过,在长安铃木和昌河铃木整合风波之后,铃木在华的安排逐渐明朗。在铃木中国的大框架下,以及中方母公司长安汽车的支持下,长安铃木将获得更多新产品,以重燃旧日活力。

在刚过去的广州车展上,长安铃木为旗下全新战略级城市 SUV 车型——锋驭举行了隆重的首发仪式,并宣布将于 12 月 20 日正式上市销售。据悉,继锋驭之后,长安铃木后续还会在 Authentics 概念车的基础上,打造一款全新的国产三厢轿车。

在产品线快速拓展的同时,在产能规划上,长安铃木也早已做好准备。2012 年 4 月 16 日在重庆巴南区进行了长安铃木汽车有限公司乘用车产能扩建项目 (第二工厂)奠基仪式。据悉,该工厂正在集中建设当中,建成后长安铃木年均产能将达到 50 万辆。目前,长安铃木在重庆已具备了 25 万辆整车和 25 万台发动机的生产能力,而二工厂的一期工程投产后,将提升其在重庆的产能,达到年产量 35 万台。

(李绍仪)

汽车零部件行业 走过十年腾飞路

2003 年,中国汽车销量突破 400 万辆;2013 年前 10 个月,中国汽车销量突破 1780 万辆,全年突破 2000 万辆已成定局。

十年,中国汽车市场规模翻了两番还多,汽车零部件行业也经历了不同寻常的增长期。根据统计,2003 年至 2012 年,我国汽车零部件及配件销售收入从 3003 亿元增长到 22267.3 亿元,净增近 2 万亿元。在市场规模扩大的同时,零部件企业新产品开发和技术创新也不断结出硕果,更有一部分零部件企业开始走出国门,产品出口、海外并购、投资建厂,在国际化的舞台上长袖善舞,书写出浓墨重彩的篇章。

市场规模和实力大增

十年来,我国汽车零部件的市场规模不断扩大。2012 年汽车零部件累计出口金额达到 553.22 亿美元,其中汽车零件、附件及车身出口金额达到 278.77 亿美元,同比增长 2.74%。

国内一些汽车零部件企业的市场规模也不断扩大,发展前景十分广阔。比如法士特销售收入从 2003 年的 11.7 亿元增长到 2012 年的 81.7 亿元,增长了整整 7 倍;航盛年产值从 2003 年的 8 亿元增长到 2012 年的 30 亿元;锡柴产品销售收入在 2003 年仅

有 47.9 亿元,2010 年就突破 100 亿元,实现销售收入 130.5 亿元等。这些变化的数据让我们从直观上看到了国内汽车零部件企业十年来在规模上发生的巨大转变。

此外,随着企业规模的不断扩大和业绩的不断提升,很多汽车零部件企业成功入选“2013 年中国汽车零部件企业百强榜”,如潍柴动力股份有限公司、陕西法士特汽车传动集团有限公司、陕西汉德车桥有限公司、南京奥特佳冷机有限公司等。另外,潍柴动力、中策橡胶、德昌电机、玲珑轮胎和中信戴卡五家企业凭借不输世界大零部件企业集团的实力,进入“2013 年国际汽车零部件企业百强榜”。

新产品、新技术研发投入增多

产品技术实力是企业参与市场竞争的核心要素。国外零部件企业的实力来自于巨额的研发投入和持续不断的技术创新,国内企业在这方面一直有所欠缺。但随着汽车零部件市场竞争的加剧,国内零部件企业逐渐加大对新产品和新技术的研发投入。

据《中国汽车报》整理的汽车零部件上市公司营业收入排行前 30 名企业的 2012 年报中有关研发投入的数据显示,大部分

企业研发投入占营业收入比例平均为 2.70%,投入金额平均为 2.44 亿元,较 2011 年相比有所增加。其中,潍柴动力的研发投入占营业收入比例达到 4.14%,总金额 19.96 亿元。云内动力 2012 年研发投入比 2011 年同期增长 22.15%,还加大了对“D25TCI 电控共轨项目”、“欧 5 柴油机开发”等研发项目的投入。

研发投入增加带来的直接结果就是,近几年,汽车零部件行业涌现出很多新技术、新产品,如缸内直喷技术、电控高压共轨技术、双离合变速器技术等,近几年涡轮增压技术也得到不断提升。新产品方面,玉柴去年发布的国五天然气发动机系列产品,盛瑞自主研发的世界首款前置前驱 8 挡自动变速器等。此外,很多零部件企业为加强对新产品和新技术研发,纷纷建立国家级技术中心,如陕西法士特汽车传动集团公司、辽宁曙光汽车集团股份有限公司、浙江万安科技股份有限公司、湖南天雁机械有限责任公司等。

零部件企业践行“走出去”战略

十年来,零部件企业发展势头良好,但与国际零部件水平相比还有很大差距,如前文所说技术实力是制约国内零部件企业

发展的主要瓶颈。国内零部件企业“走出去”进行海外并购是提高自身技术实力,打破外资垄断关键技术和市场局面的一种有效手段,近几年这种趋势越来越明显。

2007 年,宁波华翔收购英国劳伦斯内饰件有限公司。2011 年,宁波均胜投资集团有限公司的汽车电子零部件制造企业收购德国普瑞公司;南阳浙减汽车减振器有限公司收购欧洲最大的汽车减振器公司 WayAssauto;2012 年,中国兵器集团旗下凌云公司完成对德国凯意德公司的收购。这些海外并购案例虽不是每一个都那么成功,但最起码说明国内零部件企业“走出去”参与国际竞争的一种积极态度。

此外,今年陕西法士特汽车传动集团在泰国设立法士特汽车传动(泰国)有限公司,福耀玻璃工业集团股份有限公司也宣布将在俄罗斯设立“福耀俄罗斯浮法玻璃有限公司”,并在美国设立“福耀玻璃美国有限公司”。这表明国内汽车零部件企业正在寻求海外并购之外的其他方式来增强自身实力。当然,海外建厂需要更强有力的企业实力做支撑,并不是每个汽车零部件企业都适用,但这种新的“走出去”战略,从侧面表明经过十年积累,国内零部件企业已具备厚积薄发的实力。

(矫春虹)

全新玛莎拉蒂 Ghibli 广州车展正式登陆中国市场



●全新玛莎拉蒂 Ghibli

11 月 21 日,广州 —— 继 2013 年 4 月在上海国际车展首次全球亮相后,玛莎拉蒂首款中型四门运动豪华轿车 Ghibli(吉博力)在第十一届广州国际车展首日正式宣告登陆中国市场。全新玛莎拉蒂 Ghibli 在中国市场共推出三款车型,Ghibli、Ghibli S 和 Ghibli S Q4,售价 89.8 万元起。

凭借 1963 年问世的第一代 Quattroporte 总裁轿车,玛莎拉蒂首创了“高性能豪华四门轿车”的全新概念。如今,全新 Ghibli 的诞生标志着玛莎拉蒂的又一个历史转折点,为品牌开辟了全新的细分市场。它的到来与今年年初上市的全新第六代 Quattroporte 总裁轿车使得玛莎拉蒂有史以来首次同时拥有了两款四门轿车车型。

全新 Ghibli 展现了在全尺寸轿车市场中玛莎拉蒂品牌所提供的完美品质:感性的意大利设计,优于对手的发动机表现,更专注运动化的设计理念,更精致个性化的内饰和更经济的燃油效率。Ghibli 专为追求个性的用户构思和设计,既适用于出入商务场合,又适用于享受休闲时光,让乐于彰显个性、追求时尚尚注重性能表现的新贵们每一天都能够享受动感奢华的驾乘体验。

“全新 Ghibli 轿车是继第六代 Quattroporte 总裁轿车 V6 车型后玛莎拉蒂在同一年内向中国市场推出的第二款重量级全新车型,这充分体现了玛莎拉蒂对中国市场的重视和信心。”玛莎拉蒂大中华区董事总经理克里斯先生表示,“在进入中国市场的近 10 年时间里,玛莎拉蒂一直保持高速增长,目前中国市场已是玛莎拉蒂全球第二大市场,占据玛莎拉蒂全球销量的 25%,成为玛莎拉蒂全球战略的重要组成部分。在即将迎来品牌百年庆典的这一重要历史时刻,全新 Ghibli 运动豪华轿车和第六代 Quattroporte 总裁轿



●玛莎拉蒂大中华区董事、总经理克里斯致辞

车在共同传承玛莎拉蒂品牌核心价值的同时,也将重塑玛莎拉蒂品牌并助力实现玛莎拉蒂于 2015 年全球年销量达 5 万台的目标。”

今年,玛莎拉蒂预计在中国大陆向终端客户交付车辆约 3000 辆。与此相应的是,到今年年底玛莎拉蒂在中国市场的经销商网络预计将达到 35 家,覆盖中国几乎所有一二线城市,而玛莎拉蒂 Trofeo MC 世界锦标赛、玛莎拉蒂驾驶培训课程、玛莎拉蒂 1000 拉力等品牌活动和客户体验项目的成功举行,更是让越来越多的中国车主和车迷体验到三叉戟的独特魅力。

展望 2014,玛莎拉蒂将迎来品牌的百年庆典,同时 2014 年也将是玛莎拉蒂进入中国十周年。在过去的一个世纪里,这个具有鲜明意大利风格的豪华品牌将亚平半岛与生俱来的优雅与精致和源于赛道的动感与激情融入血液,致力于为无数绅士车主提供日常驾乘的非凡乐趣和舒适体验。如今,玛莎拉蒂在传承着意大利精神、豪华与精致、动感和性能、日常享受等品牌核心价值观的基础上,正处于一个前所未有的战略转型和高速成长的时期,全新 Ghibli 运动豪华四门轿车的上市无疑将为这个百年豪华汽车品牌书写下新世纪的华丽开篇!

(刘君)



猎豹汽车发布皮卡宣言 CT5 重点布局中西部

11 月 23 日,猎豹汽车发布《猎豹汽车皮卡宣言》。宣言中强调,为积极响应国家号召,支持中西部的建设,未来,猎豹汽车将在皮卡产品开发上充分考虑城镇化建设的需求,在渠道建设的投入上向中西部地区倾斜。猎豹汽车将以专业品质,铸造全能皮卡标杆,促进国内皮卡的推广,从而推动皮卡文化在中国的形成。

同时,猎豹汽车还宣布了其麾下全新一代美式全尺寸皮卡——猎豹 CT5 的品牌宣言为“新城镇化的建设者”。

积极响应国家号召 全力支持中西部发展

今年 8 月 19 日,李克强总理在“促进西部发展和扶贫工作座谈会”上提出,西部大开发在区域协调发展总体格局中具有优先位置,公路等重点基础设施建设要更多地向西倾斜。猎豹汽车全力落实会议精神,并作出此次重大战略布局调整在积极响应国家号召同时,结合猎豹 CT5 在国产皮卡市场的领先地位,发布了对行业具有重要意义的《猎豹汽车皮卡宣言》。

长久以来,猎豹汽车一直作为行业领军者,引领着中国国产皮卡市场的走向。作为专业级的 SUV 和皮卡制造商,一直是国家重要部门用车的提供商,更在全国越野赛中连续八年斩获桂冠。出色的品质保障,使得猎豹汽车的行业采购客户遍布全国。

切实履行社会责任 引领产品和渠道革新

出色的产品性能,强大的技术品质,和聚爱为民的强烈社会责任感,使得猎豹汽车一直是中西部地区、新兴城镇、边远山区及复杂路况的首选用车,也总是冲在最前端,积极参与民政救灾和运输保障工作。在今年雅安遭受巨灾

之际,更主动发起了“猎豹专业全能救援计划”,联合各类 NGO,搭建公益平台,以完善的资助计划和可靠的产品支持,全方位支援雅安的抗震救灾和灾后重建工作。

据悉,在雅安救援和建设工作中,猎豹 CT5 以全能的性能,在装载能力、路况适应能力、安全保障性、舒适性和耐用性方面,获得支援计划工作人员以及众多合作方的一致好评。作为“猎豹专业全能爱心联盟”的联合发起方和全程见证者,芒果 V 基金的秘书长周远先生评价称,“雅安作为山区、灾区,路况十分复杂,无论是应急救援还是后续重建工作,交通保障都是关键问题。可以说,猎豹 CT5 在艰苦的条件下,为我们的工作给予了最大的支持,我们各个 NGO 在公益赈灾方面的专业力和猎豹汽车在交通保障以及救助经验方面的专业力,形成了相互补充的强大合力,让我们能为灾区提供更全能的帮助。”

作为猎豹皮卡扛鼎之作,这款深得美式皮卡精髓的 CT5,乃历经多年积淀推出的中高端产品,标志着猎豹汽车对自身皮卡产品架构的完善,代表了国产皮卡的价值取向从低质低价向实用耐用,再向全能精品的升级。

目前,猎豹汽车已加速在中西部地区的布局。资料显示,猎豹 CT5 布局的十个重点市场,无一例外都落在了中西部地区。这是因为猎豹战略投入的加大,也是中西部地区在发展过程中,城镇化的建设对皮卡车型需求的上升。“我们相信,猎豹 CT5 在中西部新一轮发展中,将找到巨大的表演舞台。不仅因为猎豹 CT5 具备了美式皮卡的精神,也因为猎豹 CT5‘全尺寸、全路况、全保障、全舒适、全耐用’的全能品质,将作为中西部城镇化建设先锋,发挥更大的作用”,长丰猎豹董事长李建新满怀信心地说。

(邹淑晖)

杰狮再获上港集团 40 台订单

从 6 月 28 日“SIH 首批 20 辆杰狮牵引车交付上港集团发车仪式”至今已过去五个多月。近日,上汽依维柯红岩商用车有限公司杰狮港口牵引车销售再获喜讯,上港集团物流公司再次批量订购 40 辆港口牵引车,并于近期交付使用。

作为具有港口运输风向标的上港集团物流公司,位于上海市自由贸易区的核心区域,是世界上最大的港口物流运输企业之一。2013 年 6 月,第一批杰狮港口牵引车成功进入上港集团,该批车辆在使用过程中性能稳定、质量可靠、售后及时,卓越的表现获得了物流公司的一致认可,特别是在出勤率、燃油消耗指标、服务保障等方面优势明显,奠定了良好的市场口碑。

(刘勇 文/图)

