东风雷诺合资落地 “金三角”合作待考

东风雷诺将在东风－雷诺－日产“金三角”合作的框架下，与东风日产在供应链等方面实施协同政策，“无论雷诺还是日产在中国只会有东风一个合作伙伴，就是因为这是实现深化协同最简单、最有效的方式。”

等待了10年之久，东风雷诺合资谈判的另一只靴子终于落了下来。12月16日上午，东风雷诺合资合作项目的签约仪式在武汉举行。东风集团董事长徐平、总裁朱福寿、雷诺CEO卡洛斯·戈恩、首席竞争官博洛雷、高级副总裁兼亚太区总裁罗吉乐等高管悉数抵达现场，以示对此合资项目的重视。东风雷诺汽车有限公司(下称“东风雷诺”)以总裁达业、执行副总裁胡信东为代表的高管团队首次亮相。

东风雷诺合资项目计划投资77.6亿元，在中国生产和销售雷诺品牌的乘用车，并计划在东风品牌下开发合资自主车型和新能源汽车，至此，全球排名前十的跨国车企全部在中国建立生产基地。然而，东风雷诺合资谈判从2004年即启动，其间经历数次中断，直至签约共耗费10年之久，错过中国车市增长最快的“黄金十年”。

“在进入时机这个问题上可以这样理解：中国汽车市场仍处于增长阶段，而且是庞大基数上的增长，市场机会当然存在；从能力建设的角度来说，基于与东风日产的协同关系，项目合作条件更成熟了。”东风雷诺的一位高层对《第一财经日报》记者表示，东风雷诺将全面整合雷诺中国目前的进口车业务和经销商网络，并与东风日产在采购等领域“协同”，以降低成本、快速进入市场和缩短投资周期。

记者同时获悉，东风雷诺在重组三江雷诺基础上建立，后者只有MPV和SUV生产资质，东风雷诺必须在投产3年内实现10亿元年收益，才能向主管部门申请轿车生产资质，这将是“后来者”的第一道考验。

合资落锤

无论是巧合还是故意安排，武汉东湖宾馆正好是十年前东风汽车与日产汽车签订170亿元合资合同的地方。

16日上午，东风汽车集团股份有限公司(下称“东风集团”)与雷诺汽车合资乘用车项目在武汉东湖国际会议中心签署协议。双方在联合重组三江雷诺汽车有限公司基础上组建东风雷诺汽车有限公司，初期计划建设年产15万辆多用途乘用车和配套发动机的工厂，项目总投资77.6亿元。

东风雷诺工厂位于湖北省武汉市黄金口工业区，占地95公顷，目前已开始动工建设。根据武汉市政府此前发布的消息，除了上述77.6亿元投资，东风雷诺将追加投资总额至112亿元，增加轿车工厂建设。东风雷诺高层向记者表示，分期建设的目的在于提高投资效率，同时也是由于三江雷诺不具备轿车生产资质所致。

东风雷诺的临时办公地点位于东风汽车武汉总部附近的东合中心，目前约有约300名员工。东风汽车法律与证券事务部部长兼资本运营部部长胡信东出任合资公司执行副总裁，为中方最高负责人；雷诺原负责全球售后业务的副总裁达业出任合资公司总裁。东风雷诺董事会由8名成员组成，董事长将由中方出任，而法方则出任总裁，4年轮换。

东风日产为东风雷诺输送了约近40位中层和高层管理者，包括东风日产市场销售总部原副总部长陈玮等人。刚刚组建的东风雷诺团队更像是汽车行业全球化的一个缩影，员工除了中国籍和法国籍的员工外，还有日本籍员工和韩国籍的员工，分别来自日产汽车和韩国雷诺三星。

值得一提的是，合资签约方为东风汽车旗下香港上市公司东风集团，这意味着东风雷诺将注入上市公司平台。

“东风的收益很大程度上依赖旗下的两家日系合资公司，增加一家欧洲品牌的合资公司，对东风业务结构的平衡有好处。”东风汽车一位内部人士对本报记者表示。较长时间里，东风日产和东风本田两家日系合资企业对东风汽车销量和例如贡献率超过50%，日系车的走势成了决定东风汽车整体表现的重要因素。2012年受日系车事件影响，东风集团销售收入为1240.36亿元，减少5.6%；净利润90.92亿元，减少13.25%。

值得注意的是，东风汽车近年来外部扩张并购动作频频，今年上半年与沃尔沃汽车集团组建东风商用车有限公司，2012年分别与德国格特拉克变速箱公司、史密斯半挂车公司组建新的合资公司。此外，东风汽车还在推进重组福建汽车工业集团和法国标致雪铁龙集团。

迟来者的挑战

尽管讨论进入早晚没有现实意义，但毫无疑问东风雷诺错过了中国车市“野蛮成长的十年”。反观2010年之后成立的汽车公司，失去高增长红利之后，它们毫无例外地遇到竞争加剧带来的诸多问题。

以公司成立时间排序，2010年之后新成立的汽车公司依次为广汽菲亚特、东风裕隆、广汽三菱和观致汽车。但由于广汽三菱全面继承广汽长丰工厂、销售渠道和采购体系，其推出产品的速度反而快于其他汽车公司。

今年前10月，广汽三菱全国共有150家经销商，累计销量为3万辆，平均每家经销商一个月仅售出16.67辆汽车。其小型SUV劲炫月销量为3000辆，低于合资品牌SUV 5500辆的平均值，当前的销量也不足以支撑经销商摆脱亏损。类似的问题也出现在广汽菲亚特、东风裕隆上，其共同表现为销量低、品牌知名度低及经销商规模小且普遍亏损。较为极端的表现是奇瑞汽车投资的观致汽车，该公司首款产品已经开始销售，但全国经销商门店数量总共仅有21家(含未正式营业的门店)。

“新品牌面临的难题除了品牌知名度之外，最现实的难题是难以招募到足够多素质高的经销商，优质的经销商早已经被成熟品牌瓜分了，还剩下多少经销商资源留给新品牌？”LMC汽车市场咨询(上海)有限公司总经理曾志凌对记者表示。

上述四家2010年之后成立的汽车公司中，广汽菲亚特到年底预计拥有170家经销商，广汽三菱拥有150家经销商，东风裕隆已经开业的预计为180家左右。以国内排名前三的汽车品牌统计，每家汽车公司平均拥有的经销商数量为929家。

东风雷诺计划2016年初投产其首款产品，毫无例外地将同样面临上述问题。不过东风雷诺高层人士对记者表示，全面整合雷诺中国进口车业务和经销商网络将帮助东风雷诺早期快速打开局面。

雷诺中国成立于2010年，主导雷诺进口车的销售，当前在中国拥有约92家专营店。东风雷诺上述高层人士表示，雷诺中国将被合并为东风雷诺的销售部门之一，办公地址仍位于北京。

该人还士同时表示，东风雷诺将在东风-雷诺-日产“金三角”合作的框架下，与东风日产在供应链等方面实施协同政策，“2003年戈恩就表达过东风是雷诺项目合资的最好选择，无论雷诺还是日产在中国只会有东风一个合作伙伴，就是因为这是实现深化协同最简单、最有效的方式。”

在全球联盟构架下，雷诺日产每年仅采购成本一项即节约35亿美元，将其复制到中国是卡洛斯·戈恩10年前就制定的规划。东风日产今年销量预计可达95万辆左右，东风雷诺上述高层人士表示，与东风日产协同可降低10%以上的供应链成本，上述措施均有利于东风雷诺以更好的成本能力向市场发起攻击。

东风雷诺的另一个市场机会是日系车份额降低趋势的背景下后，市场对欧系车和美系车消费需求增加，而当前国内非豪华品牌欧系的代表仅有大众和标致雪铁龙，作为欧洲市场第二大汽车公司，雷诺汽车被认为可以获得机会。此外，汽车消费的个性化特征正逐渐显现，而这正是强调外观设计等创新的法国车企强项。

从初次谈判到最终签约，东风雷诺谈判共耗时十年。在数次接受媒体采访时，卡洛斯·戈恩始终坚定对雷诺中国项目的信心，丝毫不显错过市场机会的担忧，但最终“东风-日产-雷诺”金三角能否按其设想的发展，尚有待中国市场检验。

(唐柳杨)

长安海外目标 剑指40万辆 计划7年投资50亿

今年前10个月，长安汽车海外销售同比增长129%，基于近几年南美汽车市场增速已超越亚洲的现实，长安汽车的海外战略将南美作为发展重地。

“长安汽车2020年海外销量目标40万辆，通过巴西、俄罗斯等市场，覆盖海外市场。”在今年法兰克福车展上，长安汽车董事、副总裁朱华荣表示，根据长安汽车的计划，未来其将在海外开设800家4S店。

十大海外市场布局

据了解，2013年至2020年的7年时间内，长安汽车计划向海外市场投资约8.2亿美元(约合50亿元人民币)，这其中包括海外生产基地建设费用7亿美元，渠道建设及品牌建设1.2亿美元。

此外，在海外市场布局方面，未来长安汽车将分别在巴西、俄罗斯以及伊朗建立制造基地，进而将产品辐射到周边市场。与此同时，长安汽车将继续打造阿尔及利亚、智利、哥伦比亚、秘鲁、伊拉克、乌克兰六大重点营销市场，形成十大海外市场布局。

长安汽车相关负责人介绍，为了推动长安在南美市场的销量，公司举办了“长安行天下——发现·南美”探寻之旅。“此次探寻车队由长安汽车旗下城市小型SUV CS35、全球战略性中级车逸动、中高级轿车睿骋和长安商务车组建而成，让这个充满时尚气息的神秘国度注入长安风潮。”

新战略下的南美竞战

据了解，本次“长安行天下——发现·南美”探寻之旅在智利首都圣地亚哥Vina Indomita酒庄启动，启动仪式不仅吸引了智利众多重量级媒体的广泛参与，更招来大批当地长安车主的热情造访。现场，智利人民还专门馈赠出极具收藏价值的葡萄酒佳酿，与现场所有嘉宾共享。中国驻智利使馆经济商务参赞邵英军女士挥舞旗帜迎风而起，宣告长安车队正式开启古印加文明探寻之旅。

长安汽车高层表示，无论是馥郁醇香的葡萄酒，还是精工制造的汽车，其精髓都在于对生产工艺的精益求精和市场品位格调导向的准确把握。如何将时尚元素恰如其分地“注入”产品质量，不仅是红酒酿造，也是长安汽车长久以来研究的课题。智利红酒以传统工艺为基础，推陈出新打造出具有南美风味的绝世佳酿，赢得荣誉的同时，更赢得了市场消费者的青睐。长安汽车也一直致力于领先汽车时尚文化，打造符合消费市场需求的高品质车型，通过全球科技资源应用，制造具有国际化水准的时尚车型。

近年来，国内自主品牌纷纷选择将旗下产品实现出口，有业内人士分析，目前不少自主品牌都选择“出海”，有些品牌已取得一些成果。海外市场的潜力很大，仍有进一步挖掘的空间。未来几年内，长安生产基地与经销商渠道的建设，均将帮助长安汽车实现2020年销量40万辆的目标。 (胡仁芳)

郑州日产牵手工程荣膺 最具公众影响力企业社会责任奖

●郑州日产牵手工程荣膺最具公众影响力企业社会责任奖。

●郑州日产牵手工程－爱心1+1活动中，大学生志愿者与农民工孩子们进行互动。

11月27日，由中国公共关系网主办的2013最具公众影响力公共关系事件颁奖盛典在北京举行，郑州日产牵手工程·志愿我先行项目荣膺“2013最具公众影响力企业社会责任奖”。评选历经网友投票以及行业专家投票两个阶段，牵手工程·志愿我先行项目凭借其对贫困大学生群体的持续投入以及为受助学子搭建公益平台的先进公益理念获得评委组高度肯定。

郑州日产于2010年启动了牵手工程，计划在2010—2014年的5年内，每年向郑州慈善总会捐赠不少于300万元人民币，累计不少于1500万元人民币，用于对全国贫困大学生、孤残儿童等困难群体的专项帮扶。为了从精神上更深层次的帮助学子，让受助学子更多地参与到社会公益中，并在公益实践中打开心扉、实现价值、表达感恩，2013年牵手工程在微博上和线下开展了系列以“志愿我先行”为主题的活动：“阳光助学“、”爱心1+1“、“牵手暖冬”，线下活动先后在青海、郑州、北京、成都等地举行，共有近100名受助学子志愿者加入到了公益实践当中，用自己的力量向更需要帮助的群体——农民工子弟、聋哑特殊儿童、孤寡老人等传递爱心。

除了在公益理念上的不断创新，牵手工程还充分利用新媒体传播方式——官方微博@郑州日产公益伙伴，通过发起“志愿从心启动”、“三行送温情”等话题互动活动，号召全国各地网友加入讨论并用最简单的方式表达对弱势群体的关注，从而形成人人做公益的良好氛围。

据悉，与牵手工程同时在颁奖获得荣誉的还有2013年度“好声音金志文，好幸福帅客人”郑州日产帅客巡展活动，其荣获“最具公众影响力十大公共关系奖”。 (李晴)

华泰将启动 天津新基地 投产代号A25新车

记者日前从华泰汽车获悉，自今年年初华泰汽车与天津政府签订合约，在天津滨海高新技术产业开发区建立华泰汽车天津生产与出口基地后，新的生产基地已经在10月份实现总装车间封顶，并计划于今年年底正式启动。据悉，华泰汽车全新推出的代号为A25的新车也将在这里驶下生产线。

记者了解到，华泰汽车天津基地项目占地面积达193万平方米，计划投资86亿元，预计2014年整个基地将全部竣工投用。华泰汽车集团天津基地总经理曾皓表示，作为天津未来科技城的重点项目，华泰汽车天津基地自今年3月份开工建设以来，进展顺利，目前正在进行车辆下线的准备工作。其中，占地6.5万平方米的总装车间已于10月封顶，正在进行配套设施的建设，其他冲压、焊装、涂装等主体车间的建设也在稳步推进。

华泰汽车表示，华泰今年在东欧、南亚和南美洲各国进一步发展经销网点和建立KD工厂，并且目前已在非洲安哥拉和横跨欧亚大陆的俄罗斯设立了两大生产基地，同时成立了华泰汽车非洲和欧洲两大全球运营中心，全面开展整车的生产和销售业务。 (魏学珍)

●云南玉溪交车仪式

杰狮6×2牵引车批量挺进玉溪城

云南省玉溪市，因横贯玉溪市区的珠江源头之一的玉溪大河(州大河)河水澄碧透亮、如玉带潺潺流淌在万亩田畴之中而得名，又因玉溪粮食高产，烟叶质地优良而享有“滇中粮仓”、“云烟之乡”的美誉。

12月4日，这座美丽的城市迎来了上汽依维柯红岩杰狮牵引车交车仪式的隆重举行。来自玉溪市相关主管部门的领导、运输车队的用户等参加仪式。此次购买的杰狮牵引车的运输企业是玉溪市最大的物流企业，拥有数百辆大型运输车辆。这次批量引进杰狮牵引车，将进一步提升该公司的运输能力，展示良好的企业形象，促进企业运输业务增长。

在交车仪式现场，上汽依维柯红岩云南销售服务中心总经理陈靖先生代表企业向用户赠送了象征财富的杰狮车模和金钥匙，并作了专题发言。购车用户代表在发言中感慨地说：“选择杰狮，就是选择信任，就是选择品质，我们深信具有欧洲血统与品质的杰狮牵引车一定能成为我们事业发展壮大的坚强基石和得力帮手。” (何晓眺)

我国将出台车内空气质量强制标准

日前由盖世汽车研究院举办的“车内空气质量危害及应对”圆桌论坛透露的信息表明，我国最晚将于2015年出台车内空气质量强制性标准。

北京朝阳医院呼吸疾病科教授郭兮恒说，车内挥发物，如苯类及甲醛，人在短时间内吸入后，可出现中枢神经系统麻醉作用，轻者有头晕、头痛、恶心、胸闷、乏力、意识模糊等症状出现，严重者可致昏迷以致呼吸、循环衰竭而死亡。如果长期接触一定浓度的甲苯、二甲苯会引起慢性中毒，可出现头痛、失眠、精神萎靡、记忆力减退等神经衰弱样症候群。随着汽车保有量的快速上升，近年来我国由于车内空气污染导致或诱发的疾病呈上升趋势。

盖世汽车研究院院长陈文凯发布了该机构针对1500余位业内人士所做的一项调查，结果显示，车内空气质量问题根源在于缺乏法律、法规的硬约束。同时，鉴于车内空气污染问题的复杂性及业界对执行不力的担忧，决策者应尽快制定配套政策，完善监测与监督体系。从汽车产业的角度看，最需要解决的是整车厂对车内空气质量的重视程度和低散发环保材料的研发使用。

事实上，在新材料研发方面，一些环保原材料厂商已经取得新进展。如国际低散发材料公司锦湖日丽近年来就针对“车内空气污染”推出了一系列创新材料，其拳头产品塑可净已被第三方权威机构评为化学物质散发最低的汽车内饰塑料，这一材料比传统内饰塑料散发降低60%以上，远低于各大主机厂目前仍在使用的VOC散发标准。

国家室内车内环境及环保产品质量监督检验中心主任宋广生说，车内空气质量问题已经受到全社会关注，加速推进车内空气质量强制标准的出台和落实，需要整车厂商、原材料厂商的共同努力，更需要全社会共同监督。 (吴华国)