



东风领导 PSA 亚洲 神龙试水国际化

东风与 PSA 于 2 月 18 日签署的合作谅解备忘录包含从入股到研发的诸多内容,但从该公司目前披露的信息看,之所以巨资扶助 PSA,东风主要意在亚洲市场。

据东风内部人士介绍,双方此次合作谈判最初始于去年 7 月。2013 年 7 月 2 日,深陷财务困境的 PSA 向东风提出合作意向。由于近年来神龙汽车发展势头良好,中方认为应尽快解决 PSA 遇到的问题,以免影响合资公司。

“经过将近 8 个月的时间,大小几十次高强度、高密度的谈判,甚至在圣诞节、春节,双方都在紧锣密鼓的磋商和洽谈工作,双方的最高层也频繁的接触、会谈,一次次解决了我们在谈判过程当中存在的分歧,达成了共识。”东风汽车公司战略规划部部长廖振波说。

从股票价格看,东风入股 PSA 每股成本为 7.5 欧元,这与签约当天 PSA 12.5 欧元的股价相比有 40% 折让。入股完成后,PSA 监事会将拥有 8 名独立监事,其中东风、法国政府、标致家族将各占两席,职工代表一席,职工股东一席,此外还将有 6 名外部独立监事。东风公司派出的监事将出任监事会副主席。

由于欧洲市场低迷,PSA 正遭受连续亏损。2012 年,该公司亏损额高达 50.1 亿欧元,2013 年亏损有所收窄,但仍高达 23.2 亿欧元。对于东风而言,从这场交易中它最想获得的应该不是高额投资回报,而是意在产品技术开发和国际化发展经验。

根据 PSA 现行管理体制,监事会下辖薪酬与提名委员会、审计委员会和战略委员会。本次东风公司入股 PSA 以后,监事会将新设亚洲事业发展委员会。该委员会由 4 名委员会组成,东风公司出任亚洲事业发展委员会主席。也就是说,东风方面有望主导 PSA 亚洲事务的决策。这对于神龙汽车的发展战略将产生深远影响。

在母公司新的合作框架下,将直接控股和间接控股计算在内,东风汽车对神龙汽车的实际控制权将超过 50%。这在中国整车合资汽车企业中并不多见,它很可能开创合资发展的全新模式。

在产品上,神龙汽车将生产东风、标致、雪铁龙三个品牌的车型,每个品牌每年都要投放一款能新车。在技术开发上,根据谅解备忘录,东风将与 PSA 在华成立合资研发中心,该中心基于目前 PSA 亚太研发中心,将涵盖全产业链体系,实现研发成果的知识产权共享。

在销售管理上,PSA 在华进口销售网络将并入神龙国产车销售渠道。不仅如此,东风还将与 PSA 成立亚太销售公司,面向整个亚洲开展业务。东风希望利用 PSA 在亚洲、南美、俄罗斯的渠道进行出口,亚洲尤其是东盟市场将是双方合作的开端。

东风希望借由借由 PSA 在全球市场的影响力,迈出国际化战略的重要一步。PSA 方面可以得到的回报,是更高的中国乃至亚洲市场增长。神龙汽车的目标是到 2020 年实现产销量翻番,达到 150 万辆。这将为 PSA 走出整车业务低迷提供重要支撑。(苏雨农 刘婧)

媒体评价

法媒:法国政府高度评价标致雪铁龙与政府及中国东风的资本联盟

法国新闻广播电台、《观点》杂志(lepoint.fr)2月20日报道称,法国总理埃罗19日在政府公报中对标致雪铁龙引入政府及中国东风的资本进行企业重组予以肯定,将其评价为“重大战略举措”(une opération stratégique majeure)。

报道称,埃罗表示标致雪铁龙引入政府资本作为长期合作伙伴,不仅是企业的一项重大战略举措,同时也是国家给予企业的一份责任契约(unacte de responsabilité),是政府对重要工业支柱的责任及支撑的体现,这将成为提升企业竞争力和创造法国本土就业的表率。

报道称,法国经财部长同日也表示这是一项“明智的战略性投资”,并强调称与中国资本的联盟不会导致标致雪铁龙在法国本土工厂的关闭,而且到2016年将在法国生产100万辆汽车,投资15亿欧元,75%的研发将保留在法国。

报道称,18日通过资本重组计划后,法国政府和中国东风将各投资8亿欧元,分持14%的股份。标致雪铁龙的首席执行官将于3月底更换,由卡洛斯·塔瓦尔(Carlos Tavares)接替目前的菲利普·瓦翰(Philippe Varin)。塔瓦尔此前任标致雪铁龙在本土最大的竞争对手-雷诺集团的二把手,自2011年开始其在标致的实质性管理工作,3月底将得到正式任命。(陈奕薇)

东风汽车公司入股 PSA 醉翁之意在风神

借中法两国经贸往来升温之势,2月19日,北京国宾馆,东风汽车公司和全球汽车销量 TOP10 之一的法国标致雪铁龙集团(下称“PSA”)正式签署了资本结盟谅解备忘录(MOU):东风和法国政府将各自向 PSA 标致雪铁龙投资 8 亿欧元,持股各占 14.1%。凭借这一影响全球汽车市场竞争格局的里程碑事件,东风以世界级跨国车企的身份一举成为了全球的焦点。

东风入股 PSA,是在“共赢、公平、创新”的理念下实现的战略结盟,各方股东将在 PSA 的技术研发、采购、制造和营销等全产业链中实现共同决策管理。而且,这也是全球最大、发展最快汽车市场的中国领军汽车企业与国际跨国汽车集团的一次强强合作,对中国汽车企业“走出去”、积极参与国际竞争,具有里程碑意义。

相对于众多业内人士对于其资本运作、海外发展、文化与管理模式融合等延伸课题的讨论与猜测,笔者认为:东风入股 PSA 事件,首先应从东风大自主战略的角度去推敲,其背后所蕴含的格局思路、技术资产与国际化产品思维,必将为东风大自主的长期发展带来核心竞争力。作为东风“大自主”核心事业单元的东风风神品牌,无疑将成为最直接、最长期的受益者。

东风收购 PSA 开创中国汽车工业新局面

“十二五”时期,东风汽车公司将按照“做强做优,建设国内最强、国际一流汽车制造商”战略目标的要求,同时,以 2011 年推出的“乾 D300”计划为推力,对于加快转变发展方式,加快自主发展步伐,经营规模在高质量、可持续发展的基础上向 500 万辆迈进提出新的要求。所以,汇集近半个世纪的造车功力、20 余年的合资合作经验,全球聚宝的发展模式,对于合作伙伴顶尖技术的消化、吸收和集成创新,对于东风公司来说,借助收购 PSA 股份将大大加速这一进程。

基于东风收购 PSA14% 股权之后,神龙汽车以合资自主生产中方母公司品牌的产品,销售渠道统一到东风乘用车旗下,如此的合资自主模式不同于当前启辰和思铭,该模式实现了合资公司自主发展的全新探索,更为中国汽车工业合自主融合开辟了全新路径。

除了在中国市场之外,神龙汽车未来在东风和 PSA 的海外战略中同样承担重要作用,格局备忘录的内容,未来神龙汽车不仅仅是 PSA 在亚太和东欧部分地区和南美部分市场拓展与延伸的承担者,同时基于 PSA 亚太研发中心为依托,神龙汽车同时还将成为 PSA 面向海外新兴市场的产品研发发起人,这一模式不同于上海通用和通用汽车在印度市场的拓展,同样成为中国汽车公司海外市场开拓的新模式。

对此,相关人士认为,从短期和长期来看,东风风神和东风自主品牌将是东风收购 PSA 最直接、最深远和最有价值的受益者。“不仅仅只是共同研发,而是东风自主品牌直接拥有 120 多年经验的跨国公司全体体系组织记忆的学习和借鉴。”

相关新闻

合作地位失衡 长安 PSA 前途未卜

在与 PSA 的合作关系中,长安再次成为了一个“落败者”。

日前,东风汽车集团股份有限公司正式宣布入股标致-雪铁龙集团(以下简称 PSA) 14% 的股份,随着这一事情的尘埃落定,中国长安与 PSA 合资的长安 PSA 未来发展让业界感到了担心。

“外界认为长安 PSA 在未来会受到东风的打压有些多虑了,毕竟这次东风入股 PSA 收购背后有中国政府的意愿,政府层面也不愿意看到同为央企的东风和长安产生更大的矛盾。”中国长安方面对记者表示。

尽管长安方面并不愿承认外界的猜测,但长安 PSA 未来无论在车型、技术引进上都确实会面临“失衡”情况,在此背景下,长安要如何获得更多 PSA 的支持,以推动 DS 品牌和长安汽车(中国长安子公司)的发展,无疑成为长安亟须解决的难题。

长安失意

其实 PSA 抛出的“绣球”,一开始并不仅仅只是东风想“摘取”。

2月19日,一位接近中国长安的人士对记者透露,在 PSA 陷入危机并意图寻找战略合作伙伴之后,中国长安也积极对做了相关调研,当时中国长安董董事长徐留平还向工业和信息化部部长苗圩进行了汇报。相关人士表示,当时中国长安希望能够跟东风汽车一起参与对 PSA 股权的收购,中国长安所持股份为 8% 左右,低于东风汽车的持股,对于这一建议包括工信部在内的主管部门也予以支持,但是由于法方并不愿意见到两家中国企业进入 PSA,最终让中国长安的理想落空。



技术核心注入东风风神 获可持续发展动力

品质的今天,就是品牌的明天。目前,东风风神的品质水平已得到世界权威机构的认可。在 J.D Power 最新发布的新车质量报告中,A60 以 95 分的优异成绩,大幅领先于行业 120 分的平均水平,成为“中国品牌质量冠军”,销量居细分市场前三甲,S30 系列可靠性(VDS)荣获国家队第一,上市五年销量稳步提升,跻身细分市场前 10 名,堪称自主品牌常青树。

在品质的基础上,PSA 现有的研发资源与技术路径,将为东风风神的产品竞争力,插上世界级领先技术的翅膀,成就如虎添翼的发展机遇。作为全球范围内具有核心竞争力的汽车企业,PSA 在技术储备独具优势。不仅在传统动力科技方面与宝马共同研发创新,更在产品开发平台上资源雄厚。其现有成熟平台,被誉为“欧洲最佳”先后研发出世嘉、408、3008 等全球车型产品。而在汽车生产最为前沿的模块化领域,承载 PSA 未来产品开发的最新 EMP2 平台,也已于近期

正式发布。

除了传统动力与新平台之外,在新能源领域,PSA 的研发积累也将为东风带来核心竞争力。就在框架协议签订前夜,PSA 决定将新能源领域的最新成果——空气混合动力

相关链接

东风投资 20 亿扩建技术中心

在与法国 PSA、日产、本田、起亚、雷诺、沃尔沃等国外车企进行纵横捭阖合作 10 余年后,中国东风汽车公司强化了“大自主”战略。2月20日,东风汽车公司投资 20 亿元人民币正式扩建其技术中心,为东风自主品牌乘用车的后续发展提供研发支持。

诞生于湖北十堰的东风汽车公司,改革开放后通过不断与国外汽车厂商合资合作迅速发展,2013 年销售汽车 353.5 万辆,实现销售收入 4533.6 亿元。但合资合作过程中,该公司也面临着汽车行业共性的问题:外方品牌占据主导,核心技术难以获取,中方自主开发能力依然较弱。

据东风汽车公司副总经理刘卫东介绍,2010 年 7 月投入使用的东风汽车公司技术中心一期项目,包括产品设计楼、造型设计室、发动机试验室、电子试验室、试制及工艺阵地、竞品分析车间。在一期能力的支撑下,东风风神 S30、H30、A60 等系列车型顺利问世,2013 年东风自主品牌汽车销售 127.1 万,自主研发的首款 E-TECO A16 发动机也批量生产。

扩建的东风汽车公司技术中心总投资 20 亿元,将建设包括产品设计楼二期

力科技放上了谈判桌。

据悉,空气混合动力是以空气为辅助动力源的全新动力总成,由纯汽油、纯压缩空气和汽油-压缩空气混合动力三套驱动模式组成。这一技术可实现百公里油耗低于 3 升的燃油经济性,二氧化碳排放仅为 69 克/公里,并且无需配备电池。除此之外,协议中还包括东风、PSA 和神龙三方的技术研发中心,合资组建新研发平台的内容。显然,该机构将作为众多新技术自主落地的平台,而在整个“大自主”战略中,“把东风风神做强做大”排在最优先位置,显然将成为示范 PSA 技术优势的“近水楼台”。

战略收购推动 东风大自主事业迈向新台阶

今年是中法建交 50 周年,两国文化将展开一系列高规格、全方面的合作,据传,集合东风与 PSA 双方优势的首款产品将于近期发布。作为东风与 PSA 战略联盟的首款力作,该款产品的开发一直保持低调运行,虽然备受业界关注,但这款集全球智慧于一身的神秘车型,始终“犹抱琵琶半遮面”,相关信息官方并未透露。

事实上,早在自主战略发布之初,东风就曾向业界透露过东风品牌与神龙、PSA 合作开发自主产品的风声。据了解该项目从策划至今已历时 5 年,在双方签订协议在背景下,将于近期展开上市布局,业内推测,其首发极有可能选择于北京车展舞台。(辛桦)

及配套工程,试制工艺车间二期,联合试验室(由动力总成试验室、车身试验、底盘试验、电子电器试验、材料试验组成),环境试验室,工艺停车楼等。动力总成试验室、环境试验室等与国际水平接轨的试验室的建设,将为先进发动机的研发、为新能源汽车的研发奠定扎实的基础。

整个项目预计 2016 年投入使用后,东风将拥有一个“国内领先、国际一流”的乘用车和动力总成研发中心,有助于东风公司增强自主创新能力和自主发展的核心竞争力,以实现到 2016 年实现总体自主品牌销量达到 300 万辆目标。

据悉,东风公司技术中心分处武汉、襄阳、欧洲瑞典三个基地。其中,武汉基地承担了产品整体的设计、试制以及先行技术研究工作;襄阳基地拥有国内设施完善、技术手段先进,面积达 1.67 平方公里的综合性汽车试验场和 14 个专业试验室,承担整车试验及总成试验开发工作及集团汽车产品法规检测检验工作;欧洲瑞典基地承担了汽车及新能源汽车的电控系统的研究开发。技术中心现有员工 2000 余人,成为国家第一批“海外高层次人才创新创业基地”。(张玲 徐金波)

风汽车的负担,这种情况下,东风汽车应该从全局考虑,让 PSA 在华的两家合资企业都获得好的发展来共同扩大在华市场份额。”

命悬 DS

其实在东风入主之前,长安 PSA 一直期望导入标致品牌和雪铁龙品牌来实现更大的合作可能,以“反哺”长安自主品牌车型发展。此前 PSA 高层就曾表示,PSA 未来不排除将会导入标致和雪铁龙品牌进入长安 PSA 生产。然而随着东风汽车入股 PSA 之后,即使东风汽车不采取打压长安 PSA 的做法,也不太会同意在长安 PSA 导入 DS 品牌之外的品牌。

在东风入主 PSA 的背景下,当前长安 PSA 面临的问题是,如何让现有的关键棋子——DS 品牌尽快打开中国市场销售局面。

2012 年 6 月,长安 PSA 宣布 DS5 和 DS4 两款车型正式以进口车方式投放中国市场。2013 年 9 月,国产车型 DS5 正式上市。然而,几个月时间过去之后,首款国产车型 DS5 的销售情况还处于爬坡当中。据全国乘用车市场信息联席会数据显示,2013 年 12 月 DS5 销售 1271 辆,全年累计销售 2026 辆。2014 年 1 月,长安汽车发布产销快报显示,DS5 产量为 930 辆,销量为 950 辆。

此前,长安 PSA 副总裁蔡建军曾经表示:“我们一开始就把 DS 定位在传统三强(宝马、奔驰和奥迪)和主流品牌之间,与沃尔沃、英菲尼迪、讴歌等品牌同场竞技,我们希望目标消费者在选择第二阵营豪华品牌的时候,第一时间能想到 DS。”

按照长安 PSA 此前设定的目标,DS5 车

型在 2014 年就要实现两万辆的销售目标,而 2014 年长安 PSA 的整体销量要达到 5 万辆,但在长安 PSA 内部人士看来,这个目标有些困难。因为根据长安 PSA 透露的生产计划,今年 3 月份一份 DS5LS 上市之外,四季度长安 PSA 第一款 SUV 才会上市。

有行业人士认为,如果 DS5 要达到两万辆都困难的情况下,第四季度才会上市 SUV 也很难给长安 PSA 带来销量冲击。而在长安 PSA 在华起跑并不顺利的情况下,2015 年 DS 品牌在产销量要达到 20 万辆,占据整体市场份额 3% 的目标则显得更为充满挑战。对于外界的质疑,长安 PSA 方面并未对记者予以回应。

在销量目标充满挑战之外,对于长安汽车而言还有更大的麻烦。2013 年底,长安汽车正式从母公司中国长安接手了长安 PSA。2014 年 2 月 15 日,长安汽车发布的公告显示,若长安 PSA 在 2013 年为上市公司贡献的投资收益低于 -1.25 亿元,2014 年为上市公司贡献的投资收益低于 -1.75 亿元,中国长安汽车集团股份有限公司承诺将以现金补足差额。目前,2013 年,长安 PSA 的业绩情况尚未正式披露。但是从公告中可以看出,如果 2015 年开始,长安 PSA 继续处于亏损状态,中国长安将不承担兜底责任,亏损带来的影响将会直接波及长安汽车的发展。

种种问题之下,即将成为 PSA 股东的东风汽车显然会在一定程度上给长安 PSA 的发展带来变数。未来,中国长安除了与 PSA 加强沟通之外,还需要与竞争对手东风汽车形成更多的共识。(周远征)