

政策利好 比亚迪新能源车销量激增 10 倍



一系列利好政策刺激下，比亚迪股份有限公司(下称“比亚迪”)新能源汽车今年 1~4 月销量同比增长 10 倍。

其中，大巴接单 5000 辆，交付 4000 辆，同比翻倍，插电式混合动力车型“秦”目前平均月销量大约在 1000 辆。比亚迪方面 6 月 26 日接受《第一财经日报》记者采访时称，假如不是受限于电池产能不足等原因，该公司新能源车的增速将会更快，“秦”等车型明显供不应求。公司 5 月配售 H 股募资 42 亿港元，就是为了尽快提升新能源车的产能，新能源车已成为比亚迪一个快速的增长点。

比亚迪近期发布的业绩预告显示，今年上半年净利润为 3.5 亿元~4.9 亿元。比亚迪董事长兼总裁王传福称，比亚迪今年下半年将迎来业绩拐点。在 6 月 25 日比亚迪股东大会上，王

传福介绍了比亚迪的未来布局，除现有的新能源乘用车、新能源公交系统之外，未来比亚迪还将在叉车、物流货车、农用车、环卫车等领域布局。

随着北京、上海等城市今年对新能源汽车政策开闸，经过漫长努力与等待的比亚迪，终于在上海、北京两大新能源战略市场成功“破冰”，尤其是比亚迪“秦”，自去年 12 月上市不久，便借政策东风快速增长，到目前累计销量近 4500 辆，未交付订单超 8000 辆，上海订购超 2000 辆。

比亚迪对记者称，由于新车“秦”在去年同期尚无出售，今年立即成为主力，是今年比亚迪新能源车大幅攀升的原因之一。国家频频出台多重政策利好，也在助推新能源车市场升温。按比亚迪方面的预期，“秦”计划今年月销量 2000

辆，即年销量将超过 2 万辆。这将超过去年中国全部新能源汽车的销量总和。

不仅是比亚迪，苦熬多年的中国新能源车整体迎来了春天。

根据中汽协汽车产销数据，今年前 4 个月，中国新能源汽车产销破万，达到 10501 辆，同比增长 154%。其中 4 月单月增速为 251%。工信部日前发布 2014 年 1~5 月汽车工业经济运行情况统计，其中 5 月国内新能源汽车销量呈现并喷态势。数据显示，5 月新能源汽车生产 3770 辆，同比增长 98.32%。

具体来看，5 月份生产插电式混合动力乘用车 1014 辆，同比增长 567.11%，插电式混合动力商用车 539 辆，同比减少 4.26%；生产纯电动乘用车 1851 辆，同比增长 176.68%，纯电动商用车 366 辆，同比减少 29.21%。

国家与地方新能源政策也在一步步明朗与细化。6 月起，不少地方政府也纷纷提速新能源汽车发展进程，进一步提高对新能源汽车的补贴金额和推广目标。新能源车的基础设施建设也在加快，国家电网公司新闻发言人王延芳在前不久举行的新闻发布会上透露，到 2020 年，国内电动汽车充电设施市场规划总体投资近 2000 亿元规模。一系列利好的消息，给汽车行业打下一剂“强心针”。

王传福表示，比亚迪目前的形势非常好，一系列的政策近几个月将出台，如网上盛传的 7 月 1 日开始免去车辆购置税(税率 10%)、电价改革等，这对公司新能源汽车的发展将有重大影响。

汽车分析专家孙木子对记者称，不少车企都在朝节能环保方面努力，国家政策如同一条“鞭”，让车企在新能源领域快马加鞭，这有利于跑在前面大型车企，跟不上节奏的车企将可能被油耗限值等政策淘汰出局。

(李溯婉)

拯救哈飞借机北上福特重构中国局

多次扮演“拯救者”角色的穆拉利，在距离 7 月 1 日正式卸任福特全球总裁职位还有十来天之际，率领一众福特高层来到了中国，馈赠了一份“厚礼”。

接近中国兵器装备集团(以下简称“兵装集团”)的一位核心人士对《中国经营报》记者透露，近日，穆拉利与兵装集团董事长唐登杰、总经理徐留平及其他高层人士进行了会谈，并签署了一份框架协议，该协议确定将推动长安福特在哈尔滨设立工厂，为哈飞脱困寻找新出路。

近年来，中国长安旗下的哈飞汽车持续亏损，黑龙江地方政府以及中国长安的母公司——兵装集团与福特进行了长时间的谈判，期望福特成为拯救哈飞的“擎天柱”。随着框架协议的签署，或许这份拯救计划将会得以实现。

穆拉利出马

此次穆拉利访华，参与了重庆变速器工厂投产和福特经销商开业典礼。对穆拉利而言，谋局福特这盘棋，重庆是其重要一子：最近几年，穆拉利每年至少都会到访一次重庆。目前，重庆是长安福特总部所在地，拥有三大整车工厂和一座发动机工厂，还有此次投产的变速器工厂。记者还获悉，福特决定在重庆投资数十亿元，增强研发能力，并建立试车场。

福特这盘棋还在继续，或许对穆拉利而言，这是最后一次“落子”中国，这一子，从中国的西南角线，到东北哈尔滨，“谋划”了一条长长的对角线。

6 月 18 日，记者与穆拉利及多位福特、长安福特高层当面进行了接触，就福特与兵装集团签署的框架协议，福特及长安福特高层并未予以明确回复，也并未予以明确否认。一位高层人士还对记者说：“咱们随后再详谈。”

兵装集团及中国长安集团对此也显得异常审慎。截止到 6 月 25 日，兵装集团和中国长安集团网站上，也并未挂出穆拉利与唐登杰、徐留平的碰面信息。对于各方不愿意公开披露相关进展的异常情况，兵装集团内部人士坦言：“推动福特拯救哈飞是双方高层已经达成了共识的事情，但具体的操作细节，大家还是很谨慎，不愿过早披露更详细的情况。”

“这事应该有戏！”6 月 25 日，哈飞汽车一

位不愿透露姓名的人士表示，“福特过来之后，至少能够解决一部分工人的就业问题。”但是，这位人士却对自己的命运有些担忧：“长安福特在哈尔滨设立工厂之后，哈飞的管理干部有多少人能够进入长安福特还是一个未知数。”

拯救哈飞进行时

早在此份框架协议签署之前，福特与兵装集团针对哈飞汽车的拯救行动已经开始了一段时间。

一个多月前，长安福特总裁马睿麟前往哈尔滨，与哈飞汽车高层进行了碰面。这次碰面，被视为福特拯救哈飞汽车的重要一步。有消息人士透露，福特拯救哈飞汽车的模式，将会由长安福特牵头，在哈尔滨建立一家合资工厂。对于这些说法，目前各方也并未予以公布和证实。

这一碰面，在兵装集团人士看来是 2013 年 10 月唐登杰等兵装高层前往美国与福特达成战略合作协议后的关键推进。去年 10 月底，兵装集团内部人士曾向记者透露，唐登杰等人访问美国期间，与福特高层详谈了哈飞汽车的情况。

一个哈飞，让兵装集团以及福特汽车都甚为重视。2009 年，曾经的十大车企之一——哈飞汽车被中国长安收购。然而，整合哈飞汽车的困难程度超出兵装集团和中国长安的预期。尽管中国长安推动旗下上市公司长安汽车将悦翔 V3 导入哈飞汽车生产，但是哈飞的亏损并未得到根本改变。近年来，哈飞汽车已经多次裁员，产量也急剧下滑。2009 年，哈飞汽车自主品牌销量有 20 多万辆，到了 2013 年包括代工长安汽车产品在内的产量只有 10 万余辆。今年 3 月，哈飞汽车准备再度裁员 1200 人，引起了轩然大波，让中国长安陷入了更为尴尬的境地。

面对内部危机和市场危机，黑龙江及哈尔滨当地政府也按捺不住，相关高层不断向兵装集团“施压求援”。6 月 4 日，哈尔滨市市长宋希斌到访兵装总部与徐留平等兵装高层进行了会谈。双方认为，当前合作的重点是携手力促哈飞走出困境。双方也坦言，哈飞汽车的问题存在复杂性、艰巨性和长期性，要把政府的政策支持、资源协调与兵装集团的全力支持和企业深化改革相结合。

正是在种种压力之下，兵装集团需要在穆

拉利最后一次到系列之时得到更为明确的支持。基于各方高层的重视，这一次拯救行动即将揭盅。哈飞汽车相关人士则对记者明确表示：“相关合作正在稳步推进。”

谋局北方市场

穆拉利再度扮演拯救者角色并不是因为“可怜”兵装集团和哈飞汽车。在福特中国这盘棋中，北方市场一直是其薄弱环节。

早在多年前，福特就曾经图谋拓展北方市场，将长安福特第二工厂建在天津。但是，由于种种阻力，福特未能实现在北方落子。

中国市场地域宽广，多数合资企业在中国的发展过程中，一旦稳住了阵脚，都会选择在不同大区进行布局，通过贴近当时市场进而实现份额扩大。目前，长安福特在重庆拥有三家工厂，杭州有一家，如果加上福特参股的江铃汽车，福特实现了“长江战略”。

但是，与大众、丰田等实现在国内各地平衡布局相比，仅有长江战略显然并不利于一些重要市场的拓展。目前，长安福特在南方市场的市场份额较高，但北方市场却有一定的欠缺。长安福特销售公司总经理刘淳玮也对记者表示，北方市场确实需要进一步的拓展。

此外福特还有更大的图谋，其力图在中国占据更有利的位置。数据显示，福特 2013 年在华销量为 93.5 万辆，通用、大众则分别为 316 万辆、327 万辆。日产、丰田、现代等车企也纷纷提升在华产能计划，如现代起亚汽车，今年产销目标为 170 万辆，极有可能在一两年后突破 200 万辆产销目标。

相比而言，福特的销量和产能相对于其他竞争对手而言并不具备优势。目前公布的产能规划，长安福特明年将会达到 120 万辆，即使加上江铃汽车已有和正在形成的产能，福特在华的产能也不足 200 万辆。显然，福特进一步扩充产能也是谋求中国市场前三强所必须做出的选择。

相关人士表示，福特自身亦有需求的情况下，与兵装集团正在进行的谈判，其实更多的目的是在谈判中获得更有利的条件，从而让这场“拯救行动”成为福特在华发展的新契机。

当然，棋子尚未落下之时，一切尚有变数，而我们也保持持续关注。

(周远征)



自主品牌寻求突破

在 6 月 19 日的上汽集团 2013 年股东大会上，自主品牌的发展成为股东们最关心的问题。

作为年销量率先跨过 500 万辆台阶的汽车集团，上汽 2013 年整车销售达到 510.6 万辆，同比增长 13.7%，但自主品牌乘用车销量比重还不到 5%。“公司正计划在硅谷设立一家风险投资公司，作为及时了解全球最新汽车技术动态的‘窗口’。”这是陈虹接任集团董事长后，为破解自主难题做出的首个创新之举。

与上汽同样寻求自主品牌突破的还有福田汽车。这家全球最大的商用车企业日前发布公告称，拟募集资金 40 亿元人民币，用于全球扩产以冲击“2020 目标”。

“未来 5 至 10 年将成为自主品牌的关键时期，这一阶段一定要坚守 20%至 30%的市场份额底线。”面对中汽协的预警，身处自主品牌份额九连降大背景下的国内车企，已感受到前所未有的紧迫感。

突破短板

“就汽车销量而言，上汽集团算得上是一家大型汽车公司。不过就核心技术而言，上汽集团就不算非常强大了。硅谷拥有不计其数的技术公司，能够在硅谷拥有立足之地将会有助于提升上汽集团的创新能力。”陈虹在股东大会上如此阐述。

据悉，该风险投资公司带有技术研发的性质，目前上汽集团正在与硅谷一些风投资本家和私募投资者进行谈判，主要磋商可能的合作事宜。“公司目前面临的最大问题就是人才和创意的严重短缺，希望股东们能耐心地等待公司的新进展。”陈虹对股东们坦承。不过，他并未指明具体的谈判对象。

在陈虹眼中，“硅谷”不单是一座 IT 之城，而是一座“汽车科技梦工厂”。目前，像福特、大众、奔驰和日产等公司都已在硅谷建立了自己的汽车实验室。上汽方面表示，由于消费者越来越青睐海外汽车产品，因而在目前的中国市场上，上汽集团正面临着诸多海外品牌的巨大竞争压力。在硅谷建立一家风险资本公司，可以以此获取相应的先进技术，从而进一步提升集团在中国国内市场的自主品牌影响力。同时，目前正在建的上海安亭技术中心也将于 2015 年 6 月全面建成，建成后将是国内功能最全的技术中心。

与上汽对外寻求技术创新相比，福田汽车则是在继续加大对内的投入。在福田此次募资的 40 亿元中，福田汽车按比例拟增资 3 亿元用于北京福田康明斯发动机机改造项目。

福田汽车目前已成为世界销量最大的商用车企业，但如不突破核心部件的自产，而单纯靠商用车提升利润难度较大。根据福田“2020 战略”的规划，福田汽车届时全球销量要突破 400 万辆，实现营业收入 4000 亿元以上。这样的利润增长无疑需要更具有盈利价值的业务板块做支撑，“福田康明斯”也就成为了福田增资的首选。事实上，从 2010 年开始，福田已相继在 2010 年 5 月和 2013 年 10 月两次增资康明斯，增资金额分别为 6.8 亿元和 6.04 亿元。数据显示，继 2012 年首次实现盈利后，2013 年福田康明斯合资公司业绩节节攀升，全年销售发动机 10.12 万台，同比增长 34.43%，实现销售收入 27.4 亿元。

海外布局

尽管此次股东大会上汽官方并未公布进军美国的计划，但已有不少外媒和分析人士推测未来上汽自主品牌有望在美国销售。Edmunds.com 网站透露，MG 正在扩大产品阵容，未来将打造旗舰车和

跑车，这些高端产品有利于该品牌出口到美国等海外市场。而《美国汽车新闻》则发表评论认为，MG 的英国出身和设计风格将帮助其成为率先登陆美国的中国自主品牌，MG3 或成为首款在美销售车型。

2012 年，上汽在美国密歇根州的北美运营中心投入使用，主要职能是进出口、采购零部件原材料以及发展零部件开发生产工程技术。在外媒看来，上汽在自主品牌中具有较好的海外基础，对走出国门颇为有利。

6 月 4 日，上汽集团旗下上汽正大汽车有限公司在泰国春武里府的工厂举行了首辆名爵 MG6 汽车下线仪式，标志着上汽泰国生产基地正式投入使用。上汽方面表示，集团已为名爵第三季度开始在泰国销售做好了准备。作为上汽集团重要的海外生产和销售基地，上汽正大汽车有限公司在迎来新车下线这一阶段性成果的同时，也计划在今年实现规模生产，以自主品牌进入泰国市场为基础，加快探索东盟、中东、南美等新兴市场，以拓展海外布局。

在国内深挖盈利点的福田汽车，也将此次募资 40 亿元中的 11 亿元用于福田汽车印度制造有限公司的扩建，项目建成后 will 形成年产中重卡、轻卡及微卡产品 13 万辆的综合生产能力。在福田“2020 战略”中，海外市场的拓展是重中之重。福田方面表示，印度已成为全球第四大商用车市场。根据福田汽车的规划，到 2020 年全球要达到 400 万辆，其中国内销量为 257 万辆，市场份额超过 9%，海外销量 144 万辆，比重达到 36%。

联手过河

对于自主品牌来说，由国家层面大力支持政府采购应该是种种利空之下的最大利好。不过现实情况是，公务车市场在整个汽车市场中占比不到 5%，分摊到各个品牌，对销量增长的影响几乎难以察觉。上汽集团高层就直言不讳：“中央以及地方政府都在引导公务车采购自主品牌汽车，这对自主品牌的拓展是一大利好，但是销量要在短期内有很大变化还是比较困难，这也是一个爬坡过程。”

在国家信息中心信息资源部主任徐长明看来，“自主品牌汽车企业应该抱团取暖，也就是加强在核心零部件、基础技术、产品开发等方面的合作共赢。”

5 月 30 日，吉利汽车宣布与母公司浙江吉利控股集团签订一份《谅解备忘录》，拟向吉利控股出售旗下位于澳大利亚的 DSI 变速器公司、山东吉利变速器公司以及湖南吉盛国际动力传动系统公司。虽然这样的资本腾挪在吉利董事长李书福手中已屡见不鲜，但此次达成的《谅解备忘录》亦有盘活 DSI 资产的意图——未来，基于 DSI 技术的变速器或将一手托起吉利和沃尔沃两家整车厂，并有可能借此带动国内整个变速器市场的升级。此前，作为核心部件之一的变速器核心技术一直控制在外资品牌手中，成为自主品牌核心竞争力的一大短板。

不仅如此，相比自主品牌的单打独斗，合资品牌似乎更具合作意识。目前，一汽丰田与广汽丰田已达成共识，针对旗下车型第十一代卡罗拉与雷凌的市场竞争关系和品牌及用户群的差异，二者已决定联手扩大丰田品牌的市场影响力，一起应对日产、大众品牌下同类竞争车型。

“在中国汽车市场，中国品牌和外国品牌的竞争现在才真正到了短兵相接的阶段。”中汽协秘书长董扬的话对自主品牌车企无疑是最好的提醒。面对日渐逼近的 20%至 30%的市场份额警戒线，也许自主品牌车企也可以尝试合作，以期共赢。

(崔亚男)

玉柴 800 台新能源发动机在抚顺投入运营

6 月 16 日，随着辽宁省抚顺市 600 台新能源公交车正式上线，标志着抚顺装配玉柴发动机的 800 台新能源公交全部投入运营。此前已有 200 台天然气清洁能源公交投入运营。这 800 台公交是目前我国新能源推广非试点城市一次性采购量最大的订单。

据悉，抚顺市作为新能源汽车发展非试点城市，已投入资金 6.3 亿元运营这 800 台新型公交车，全市公交车的更新率达 65%。

此次抚顺引进的新能源公交车分别装配玉

柴 YC6J、YC6GN 发动机。其中 600 台为插电式混合动力客车，它的系统基于已规模化应用的简洁、高效的双电机深混平台，具备交流车载充电和直流充电功能，可满足多种运营模式的需求。另外 200 台为燃气公交。

据相关研发人员介绍，此次引进的城市客车动力性与传统客车相比有明显提高，节油率达到 30%以上，与行业同类产品相比，成本降低 40%，加速性能提升 20%，并在研发过程中考虑到了南北方温差的问题，加强了电池与电

控系统，保证了汽车在零下 47℃以上温度中正常运行。

抚顺市公共汽车总公司总经理丁绍杰说，更换装配玉柴发动机的宇通新型公交后，每年节油资金加油价补贴约 3000 万元，能节省维修成本约 1500 万元，再加上客运收入预计增加的 1000 万元，5 年内可收回购车成本。

据测算，1 立方米天然气可代替 1.2 升柴油，费用可节省 20%至 30%，每年可减少二氧化碳排放 6400 吨。

(宋永康)