

夏利生死劫 一汽整体上市再遇大考

在各种压力之下,一汽集团整体上市的进程不得不加速推进。然而,一汽夏利的糟糕业绩,或将成为一汽集团整体上市的最大负担。

7月15日,一汽夏利公布的半年业绩预告显示,报告期内,上市公司净利润亏损可能在4亿~4.6亿元,同比下滑的最大幅度为10140%。如果全年不能实现盈利,那么一汽夏利也因为连续两年亏损就要被深交所做“ST”处理。

中国汽车工业咨询发展公司首席分析师贾新光在《第一财经日报》记者采访时指出,一汽夏利只是一个一汽集团此前收购的众多子公司中的一个代表,这些子公司此前都是各省的优质龙头企业,如何向各地政府交代?一汽在整体上市之前,必须要给出一个妥善的解决方案,这是绕不过去的。

夏利生死劫

一汽夏利将上半年亏损的原因归结为,公司目前正处在产品结构调整转型期,受市场消费升级、部分城市限购、国家节能补贴政策调整等因素的影响,经济型轿车市场出现负增长,公司的产销、经营受到了一定的影响。同时,公司参股的天津一汽丰田汽车有限公司产销量同比下降,导致向本公司贡献的投资收益较去年同期下降。

冰冻三尺非一日之寒,贾新光在接受记者采访时表示,在过去多年时间内,“大股东不断从中吸金,而没有对其进行投入和支持,才造成了夏利今天业务板块的萎缩。现在老本吃完了,业绩也就下降、亏损了。”从过去四年的财报不难发现,公司的净利润从2010年开始就出现了逐年下滑的现象,数据显示,2010年,公司实现归属于上市公司股东的净利润约为3亿元,2011年为1.09亿元,2012年为0.34亿元,2013年为-4.8亿元。



与不断下滑的利润同步下滑的还有流动资金,2009年公司经营活动产生的现金流量净额为-4.2亿元。2010年该数据为-8.6亿元,2011年为-8.07亿元,2012年为-10.24亿元,2013年直接降到-16.67亿元。

财政状况的日益恶化,也导致一汽夏利投入到研发中的资金减少,多年来几乎没有新产品投放。市场上的夏利系列和威系列产品线日益老化。

上半年,公司夏利系列和威系列共实现销量37301辆,与去年同期的71526辆相比,下滑48%。此外,威系列有3个月销量均跌破了千辆,5月份当月销量仅767辆,而去年同期为3620辆。

不出意外,一汽夏利今年将继续亏损。这意味着一汽夏利将被“ST”,如果再亏损就将退市。但现在一汽股份的主要精力还是放在发展“嫡系”的奔腾和红旗品牌,贾新光认为,未来夏利的前途堪忧,“它的产品日渐边缘

化,品牌也在边缘化,未来几年如果没有新的投入,市场会自动将其抛弃。”

“经济型轿车的市场本来就在收缩,像夏利这样的老品牌销量下滑属于正常现象。夏利要改变现状,关键还要看产品,公司能否生产出被消费者认可的产品。”贾新光说。

一汽股份资产剥离任务重

一汽股份于2011年6月28日成立,作为一汽集团全资子公司,主营整车制造、零部件业务等。在一汽集团开始的主辅业剥离过程中,整车和零部件优质资产逐步装入股份公司。目前,一汽股份已将原一汽集团持有的旗下子公司的股权收进,包括一汽轿车53.03%的股权、一汽夏利47.73%的股权、一汽解放100%的股权、一汽大众60%的股权等,但一汽丰田的相关资产尚未出现在其中。对于一汽集团而言,一汽大众和一汽丰

田是其主要的盈利板块,二者对一汽集团的利润贡献率超过80%,因而合资板块中方资产装入对于一汽股份顺利IPO十分关键。

资料显示,天津一汽丰田出资方为一汽集团、天津一汽夏利、丰田汽车和丰田(中国),中外股比为50:50,其中一汽夏利持有天津一汽丰田30%股权。这就需要一汽股份吸收合并一汽夏利之后,才能直接持有一汽夏利持有的30%一汽丰田股权,而为达到将一汽丰田销售收入合并报表的目的,必须要加上自己20%股权才能实现。如此一来,或将需要等一汽股份上市之后,通过增发新股的方式把一汽丰田吸收合并进来。

“成功实现一汽丰田的转换,一汽集团势必必要给一汽夏利的其他股东一个交代。这其中可能有多种方式出现。”一位不愿透露姓名的机构分析师在接受记者采访时表示:“如果一汽股份不能拿出最大的诚意来发展夏利,继续任其自生自灭,天津市府可能不会答应整个股权转让,或者是将夏利品牌再独立出来还给一汽集团。”

过去三年中,一汽多次冲刺上市,但均未能成功。去年,一汽在年初曾提出上市方案,但未能通过国家审计署的审计,在审计中还牵涉出系列腐败案件,使得上市继续被搁浅。但上述机构人士仍然认为没有什么困难能够阻挡一汽股份的上市,无非时间问题。

今年2月,一汽下属两大上市公司一汽轿车和一汽夏利同时发布《关于公司及相关主体承诺履行情况的公告》,向股东再次确认了解决自身与母公司(一汽股份)同业竞争问题的承诺,并首次公布了最终时间点。

其中,一汽轿车的最终时间点是2016年6月28日,而一汽夏利则是2015年6月28日。这意味着一汽整体上市的最晚时间点应该是2016年6月28日,因为要解决一汽轿车与母公司的同业竞争问题,只有成为同一家上市公司才算完成该承诺。(孙铭训)

再创新纪录 上海大众年度销量率先突破百万辆

刚刚取得2014年上半年批售零售双冠佳绩的上海大众再传捷报,截至7月16日,上海大众汽车全年累计销量突破百万辆,再次成为国内市场最快完成百万辆销售任务的汽车企业。

今年上半年,上海大众一直保持着稳中有升的销售势头,单月销量均在13万辆以上,不到7个月就将“年销量破百万”的桂冠收入囊中,再次刷新市场纪录。

最短时间销量突破百万 双品牌交相辉映车市

能够在半年左右创造新纪录,得益于上海大众双品牌战略的成功。2014年开局至今,上海大众旗下大众品牌和斯柯达品牌相继推出斯柯达品牌Rapid Spaceback昕动、野帝都会系列车型、上海大众首款MQB平台车型Octavia全新明锐以及大众品牌New Polo和Cross Polo,不仅进一步提升品牌的整体竞争力,同时也为提振市场销量注入新的活力。

在这逾百万的销售成绩中,大众品牌和斯柯达品牌均有不俗表现。截至7月16日,大众品牌2014年累计销售85.8385万辆,在国内单一品牌销量中位列第一。全系热销的销售成绩也助上海大众品牌在今年7月突破累计销量1000万辆,成为国内首个累计销量跨入千万阵营的单一汽车品牌,实现历史性的突破。大众品牌旗下的Polo家族、新桑塔纳、Lavida家族、帕萨特、新途观及途安等热销车型均在细分市场上拥有上佳表现,为上海大众汽车的整体销量突破奠定了基础。

与此同时,斯柯达品牌的销量也在迅速攀升,累计销量达14.5675万辆。上半年推出的越级旅行车Rapid Spaceback昕动、野帝都会系列也都表现出强劲上升势头,成为细分市场市场的宠儿。

产能提升服务完善 消费满意度再创新高

在产品线完善和丰富的同时,上海大众的产能部署战略也在稳步推进中。2014年5月,上海大众宁波基地扩建项目正式开工,将继续引入全球领先的MQB模块化平台技术,产品覆盖A级、B级等中高端乘用车。上海、南京、仪征、宁波、乌鲁木齐5大生产基地的基础上,持续完善“以安亭为中心、辐射长三角”的跨区域联动发展布局。

在扩大产能的同时,上海大众也在通过不断调整完善的服务网络,进一步缩小服务半径,为用户带来高标准的优质服务。在全国建立起700余家大众品牌特许经营商和300多家斯柯达品牌经销商合作伙伴,为全国800多万大众品牌用户和约110万斯柯达品牌用户提供售后服务。同时依靠客户服务中心构建起高效率的用户接触平台,积极探索与大众汽车集团同步的服务新举措,使上海大众售后服务始终处于行业领先地位。

据J.D. Power亚太公司6月最新公布的2014中国汽车销售满意度研究(SSI)结果显示,上海大众汽车大众品牌在主流车细分市场排名较去年再次跃升两个名次,位列第四居高满意度汽车品牌行列。斯柯达品牌的满意度排名位列主流车细分市场第11名,较去年相比跃升至了十位,满意度提升迅猛。

30周年之际,上海大众产销层面持续取得新突破,相继迎来产能突破1100万辆,最短用时销量突破百万辆,印证了企业在市场、营销、产品等方面的卓越竞争力,为企业取得新的跨越式发展提供强有力保证。(尚轩)

宝骏730配8英寸高清大屏玩转智能车联网

即将在7月30日正式上市的宝骏730,现已全面接受预订。这款备受瞩目的“7座家用”以超大空间、五星安全、驾乘皆宜,以及超高性价比的产品特性成为中国万千家庭青睐的对象。在多媒体娱乐方面,宝骏730更是搭载了一台8英寸超大屏幕高清触控屏幕,这套设备无论是反应灵敏度、类似Win8的界面设计,还是符合真实使用习惯的操作流程,都已比肩目前市场主流合资水平。其中,宝骏730更是融入了市场上高端车型才会装配的HDMI手机互联系统,让一家人的路上时光,尽享前沿智能科技。

相比车载导航,手机导航的更新过程更加便捷,无论是IOS系统还是安卓系统,数十种导航软件可以让使用者找到最适合自己的产品。通过HDMI手机互联系统,驾驶者再也不用边举手机边寻路,直接将导航画面镜像到更适合驾驶者观看的8英寸屏幕上,并将音频信号通过蓝牙传输到车载扬声器,以更高效率、更安全的方式行驶在正确的道路上。

这套8英寸多媒体系统,除了带给使用者便利外,还能将一个人的快乐变成全家的幸福。在旅途中,我们会经常拿出手机翻阅刚刚拍摄的精彩照片,若是将画面转移到8英寸多媒体大屏上,定会勾起全家的互动与回忆,并憧憬未来一张张幸福的画面。

除此之外,通过手机电视的影音互联,一家人可以尽情观看世界杯;通过团购网站的画面分享,可以集思广益找到最实惠的晚餐地点;通过APP游戏的数据传递,将激情的



战场持续扩大。这台8英寸多媒体系统,除了越级的手机互联功能外,收音机、USB音频播放、蓝牙电话等常规功能同样应有尽有,并且超高灵敏度的8英寸高清电容触控屏可以左右滑动界面,通过系统的不断升级,可扩展更多功能。

随着磁带、光盘时代的退去,数字信号以更清晰、便捷、经济的优势受到广大消费者的推崇。宝骏730所搭载的这套多媒体系统配有USB数据接口,只要将存储歌曲的U盘插入该接口,将系统调至多媒体,便可将网络上源源不断的动听音乐带入车内。

经过简单的配对,通过蓝牙功能将手机与多媒体系统互连,就可实现车载电话、音乐传输等功能,既可以保证驾驶员安全行车,又能将任意手机中的音乐通过车载扬声器进行播放。

在行车过程中,只要将挡位挂至倒档,安置在车尾的摄像头便会开始工作并将信号传输至8英寸显示屏上,同时倒车影像系统会侦测方向盘工作情况,规划出行车轨迹,配合车尾的三探头雷达,让倒车过程易如反掌。

虽然宝骏730还没有上市,但预计不高于10万元的售价注定这将是一台充满竞争力的7座家用。在外观、空间、舒适性、安全以及配置方面,可以看出宝骏730是一款与时俱进,更加适合家用的好车。(武宁)

玉柴YC6MK发动机 成功配套四川现代重卡

继4月在北京车展发布之后,四川现代旗下高端重卡品牌创虎先后在全国22个区域上市,卓越的产品实力让其赢得了极高的关注度,亦在终端市场收获众多订单。其中装配玉柴YC6MK的重型卡车也隆重亮相,成为2014年重要的重卡车型之一。

该车型分别为创虎Y300和创虎Y340。其中,Y表示玉柴发动机,300、340表示两个不同的马力的段。

这款车型除了搭载强劲的动力之外,尤其让人感叹的是,以往重卡有些喧闹的行驶过程在“创虎”上得到了最大的改观。最优的悬挂设计,驾乘者可以通过底盘减震调校来实现最适合自己的驾乘感受,同时出色的噪音控制技术,在喧嚣的环境和恶劣的路况下驾乘者也可以拥有一片安静的空间。

据四川现代韩方代表金东奎表示,此产品定位为国产高端重卡车型,不仅外观漂亮,驾驶室有高舒适性能和操控性能,而且配装的玉柴6MK发动机动力强劲、省油、性价比高。将此车型在市场上大力推广,相信会深受消费者的青睐。(刘大铭)

经济、环保晋级之选 NISSAN NV200 引领新节能时代

7月11日,以“中国城市道路需要什么样的变速器”为主题的“动力技术圆桌论坛”在北京举行,论坛期间,搭载最新一代日产XTRONIC CVT技术的郑州日产NISSAN NV200自动挡(CVT)车型悦目展出,为了应对资源和环境的变化,NISSAN NV200与其它日产CVT车型共同致力于为中国的城市道路提供更节能环保的车型,从经济节油和减少碳排放方面不断做出努力。

近年来,随着我国城市建设及汽车工业的大力发展,道路拥堵、环境污染等问题也随之广受关注。影响整车动力性、经济性和舒适性的汽车变速器技术也备受注意。“2020年,中国将实行第四阶段油耗标准并与国际接轨,乘用车平均燃料消耗量要从2015年的6.9升/百公里,进一步降至5升。对于很多企业来说,这将是生死线,所以不能孤立地看变速箱技术的创新,变速箱技术一定要为节能减排做贡献。”中国工程汽车工程学会理事长付于武在论坛上如此表示。

同时亮相论坛、来自郑州日产的国际化CDV车型NISSAN NV200是著名的潮流车型,因其车内空间宽敞、燃油经济性高以及节能环保的特点,被纽约、伦敦、东京等大都市选为出租车的的首选车型。此次展出的郑州日



● 日产汽车公司动力总成开发部部长山本清成先生进行主题演讲

产NISSAN NV200自动挡(CVT)搭载日产新一代XTRONIC CVT(无极变速器)技术和HR16DE发动机的黄金组合,这一动力组合使得NISSAN NV200在驾驶过程中拥有出色的工况表现,大幅提升燃油经济性,在满足多人出行的同时实现节能减排效果。据统计,XTRONIC CVT比普通自动变速箱每车每年减少二氧化碳排放超过486kg,按一棵成年大树一年所能吸收的二氧化碳仅为18.3kg计算,相当于种下26棵树。因此,拥有

B级轿车平台的NISSAN NV200自动挡(CVT)自今年2月推出以来就受到了广大保有车主和意向家用、商用车主的一致关注,上市仅仅四个月就售出了3621辆,占NISSAN NV200同期总销量的49%。

作为CVT技术的坚持者,日产汽车传动系统开发部部长山本清成表示,CVT的广泛应用,使得日产车型的燃油经济性显著提高,并有效降低日产汽车的碳排放量。“预计到2016年,所售车辆的平均燃油经济性将提升



● NISSAN NV200 自动挡(CVT)

35%;企业活动中平均每台车辆的二氧化碳排放量将降低20%。”

随着经济的不断发展,人们对车的需求已经不再局限于舒适感和实用性,而是把越来越多的注意力放到车辆的节能环保性能上,那么如何才能舒适、实用、节能和环保等多方面谋得平衡呢?相信得到国内外一致肯定的NISSAN NV200自动挡(CVT)会给我们引领新节能时代的方向。(李卿)