

或将落子东南亚 神龙汽车谋划第五工厂

“不是在武汉,也不是在成都,我们觉得神龙公司的第五工厂应该建在东南亚!”虽然作为神龙汽车董事的标致全球 CEO 毕高诚下一个来华的日程还只是给位于成都的神龙公司第四工厂奠基,但是这家合资车企近年来迅猛的发展势头,已经让包括他在内来自PSA 与东风股东双方的决策层们开始谋划更加长远的蓝图。

事实上,目前 PSA 集团已经将其在东南亚的业务交由神龙公司负责,并且东南亚市场一旦取得成功,该模式有望进一步扩大至其他市场。因此,一旦神龙公司第五工厂如规划顺利在东南亚投产,则如同此前东风注资 P S A 集团一样,在中国汽车产业发展中具有标志性意义。

150 万辆产能拼图待补

最新数据显示,神龙公司今年 1-9 月实现整车销售 51.84 万辆,同比去年增 29.63%,预计 10 月中旬就可赶超去年全年 55 万辆的销量。基于当前增势,神龙公司日前已将年销售目标上调至 70 万辆。

然而,产能却成为制约神龙公司达成既定目标的重大障碍。目前,神龙公司现有的武汉三大整车生产工厂建成的总产能为 60 万辆。为达至今年既定产销目标,其三大工厂均是两班满负荷生产。而据神龙公司“三年倍增”计划,2015 年神龙公司产销目标是“80 万辆以上”,产能瓶颈进一步凸显。

对此,神龙公司一方面加大了对现有产能的挖潜力度,另一方面也加紧新建的工厂。10 月 16 日,经过 1 年多的调研、论证,神龙公司第四工厂将在成都正式奠基。

狮王争霸赛场绽放的姊妹花



9 月下旬,上汽依维柯红岩营销比武大赛第五季北京、内蒙古中心区域赛在美丽的滨海城市天津隆重举行,来自北京、内蒙古区域的销售服务精英齐聚天津臻钰汽车贸易有限公司争夺进军全国总决赛的名额。

入秋后的天津细雨绵绵,秋意渐浓,选手们用饱满的热情点燃了赛场火热的氛围。在众多选手当中,来自内蒙古汇隆汽车销售服务有限公司的孙瑞华和来自天津臻钰汽车贸易有限公司的张立平成为了当天最闪耀的红岩之星。

孙瑞华文静漂亮,有 3 年的红岩汽车销售经验,为红岩营销一线带来了一道清新靓丽的风景,深得当地用户欢迎和喜爱。而张立平更是凭借着对市场的准确了解,赢得天津新老用户的认可。

说到销售秘诀,张立平给大家分享了一个她通过数据给用户算经济账的故事:天津臻钰某用户主要从事煤炭运输,年运营里程普遍在 20 万公里左右。购买杰狮车比行业同类车型节油 3 升/百公里,一年 20 万公里节油 6000 升,折算下来约 4.2 万元;往返一趟利润 1500 元,杰狮一个月拉 11 趟比行业同类车型多 1 趟,1 年多跑 12 趟就多挣 1.8 万元;杰狮 6 万公里更换一次机油,每年换机油节约 5000 元。整体算下来,杰狮车一年比行业同类车型多挣 6.5 万元,而且更舒适、安全、省心。给用户算明白这笔账后,用户都纷纷购买了杰狮牵引车。

孙瑞华和张立平凭借出色表现成为赛场上绽放的最美姊妹花,她们分别代表各自公司携手晋级全国总决赛。

(张辉 马波)

吉利拓展非洲业务 拟进军坦桑尼亚

据非洲媒体日前报道,中国吉利正准备加强在非洲的业务,对进入坦桑尼亚汽车市场抱有兴趣。

目前吉利已经在多个非洲国家销售汽车。以东非肯尼亚为例,去年吉利在该国销量超过 1,000 辆。而在北非埃及,吉利通过合作伙伴 GB 汽车公司在当地投产,今年开始组装第二款车型 SC5。在西非最大经济体尼日利亚,吉利正着手进一步扩张。

吉利发言人表示,非洲是潜力巨大的市场,公司有意引入一系列新车。吉利未来将利用在肯尼亚等非洲国家获得的经验,专门为非洲市场推出车型产品。

吉利已经在非洲销售的车型包括帝豪 EC7、GC2、GX2、Pandino 和 XPandino。(钟文)



该工厂将按车型投资优先、滚动发展的原则建设,并于 2016 年底投产。神龙汽车公司总经理邱现东介绍,第四工厂首期设计产能为 30 万辆/年,并预计在投产两年内达到这一水平。该工厂将生产东风、东风雪铁龙、东风标致三个品牌车型,以 SUV、MPV 等多用途乘用车为主。

事实上,今年 3 月 28 日,东风公司和 PSA 集团签订全球战略联盟协议,双方决定共同推进其合资主体神龙公司 2020 年产销达到 150 万辆。这意味着,神龙公司现有规划产能离目标仍有不小距离,因此将建设新工厂提上议事日程势在必行。

10 月 2 日,作为神龙公司董事会成员的标致全球 CEO 毕高诚在接受南都记者专访时透露,其 9 月底在巴黎与东风公司副总经理刘卫东等东风高层会面时,已将神龙公司

兴建第五工厂一事提上议事日程。“出于巩固中国市场及开拓东南亚市场的考虑,我们决定第五工厂建在东南亚”,他坦言。

将成神龙出海“基石”

事实上,在今年 3 月东风入股 PSA 成为其第一大股东后,双方合作进一步深化。在已公布的战略规划中,双方将共同设立一家出口公司,负责神龙汽车公司和 PSA 的产品在亚太地区的销售和服务。

对此,毕高诚表示,PSA 集团决定由神龙来主导导致在东南亚的销售工作,并会单独成立出口公司来运营东南亚事务,进而管理相关出口业务。同时,神龙汽车相关负责人告诉记者,目前神龙汽车已获标致雪铁龙进口车在华总代理权,将负责车型引进、渠道建设和售后

中国汽车拉力锦标赛硝烟再起 一汽 - 大众车队出征湖南汝城



●即将拉开大幕的汝城站比赛,一汽 - 大众车队以绝对主力阵容出战

经历了短暂的休赛期,堪称车迷盛事的中国汽车拉力锦标赛(CRC)硝烟再起。近日,赛事组委会对外公布了 2014CRC 第四站——湖南汝城站的赛程安排。10 月 10 日,中国汽车拉力锦标赛(CRC)湖南汝城站正式拉开序幕。包括一汽-大众车队在内的近 40 支知名车队集结湖南汝城,向冠军发起冲击。

在甘肃张掖站包揽全场冠军、两驱组冠军的一汽-大众车队将出征汝城。“我们车队决定将准备工作全部提前,这样就能有充分的时间考察赛道、调校赛车,以应对比赛中出现的各种突发状况。”一汽-大众车队首席车手兼经理陈德安表示。

据了解,与前三站的砂石、柏油赛道不同,首次承办 CRC 赛事的湖南汝城是水

泥、水泥及柏油的混合赛道。水泥赛道有着附着力低、刹车点不易把握等特性,这对赛车的稳定性和动力输出带来了严峻的考验。同时,基于汝城山高路陡、沟壑纵横的地理特征,盘山而建的道路十分狭窄。这直接缩小了赛道的容错空间,对赛车手精准的控车技术与敏捷的反应提出了更高的要求。

不仅如此,汝城站是 2014CRC 赛事的第四分站赛,该站的成绩对于车队年终积分有着重要的意义。为了能在年终排名中争取到主动权,众车队纷纷派出绝对主力阵容出战,剑指卫冕的一汽-大众车队亦不例外。此役,一汽-大众车队将由陈德安、李国静、澳大利亚籍外援克里斯·阿特金森三位顶尖车手携高尔夫战车参赛。



●一汽 - 大众车队将携高尔夫战车出征湖南汝城,向冠军发起冲击

“为了能以更好的状态迎接挑战,我们在休赛期内一直保持高强度的训练,汝城站就是检验车队训练效果的最佳机会。”对于该站比赛,一汽-大众首席车手兼经理陈德安满怀期待,“这是我们第一次来汝城参赛,陌生的赛道会给车队带来很大挑战。但是,我们车队的每位车手与高尔夫战车都有着十足默契的配合,这是我们的核心竞争力。我们有信心能克服困难,实现卫冕。”

除了摩拳擦掌、跃跃欲试的车手们,一汽-大众还邀请了对比赛期待已久的车迷们前往汝城站的车队维修区及开幕式现场。来自全国的车迷及赛车爱好者将近距离了解高尔夫战车的改装技术,同时见证拉力赛拉开大幕的激动瞬间。

(赵昊辰)

德方欲调高一汽 - 大众股比谋求更多利润

一汽-大众股比变更的讨论由来已久,目前终于有了最新进展。

“目前,中德双方已将变更股比的讨论提升日程,并未如媒体所言已经确定。”据一汽-大众相关负责人向记者介绍,中方建议,股比由当下中德双方的 60:40,调整为 51:49。

去年有媒体报道称,大众汽车集团 CEO 马丁·文德恩曾表示,将大众的股比提升至 50%。

一汽-大众作为最早一批中国汽车合资企业,在 1991 年与大众汽车合资,中德双方股权比例为中方 60%,大众汽车 30%,奥迪品牌 10%,合资期限 25 年,于 2016 年之前到期。2012 年 4 月,中国第一汽车集团(以下简称一汽集团)与德国大众汽车集团签署意向书,将一汽-大众合资期限延长 25 年,有效期至 2041 年。

根据《汽车产业发展政策》规定,汽车等中外合资生产企业中,中方股份比例不得低于 50%。由此,中国汽车合资企业绝大多数股权为 50:50 的对等股比。出于历史原因,一汽-大众中方占比 60%。股比涉及决策、产品、利润分配等多方面利益,因此在续约协议



●大众将继续深耕中国市场

中尤其敏感。

特别是一汽-大众旗下的奥迪品牌,虽然股权比例仅为 10%,但在华年销量接近 60 万辆的奥迪品牌,是一汽-大众乃至大众汽车最重要的利润来源。数据显示,一汽-大众超

过 50%的利润来自奥迪品牌。由此,奥迪股份公司(AudiAG)多次提出提升股比、成立独立销售公司等方式,支撑奥迪在华发展,同时获得更多利润。

合资企业的续签成为契机。10 月 10 日,

挑战自我 极致体验 第 12 届沃尔沃 环球帆船赛拉开战幕



●2011 - 2012 赛季沃尔沃环球帆船赛

10 月 4 日,备受瞩目的 2014-2015 赛季沃尔沃环球帆船赛在西班牙阿里坎特正式拉开帷幕。沃尔沃环球帆船赛是目前世界上最具影响力与挑战性的离岸航海赛事,被誉为“航海界的珠穆朗玛峰”、“海上 F1”。赛事每三年举行一次,至今已举办 12 届。沃尔沃环球帆船赛也是世界上历时最长的体育比赛,在 9 个月的时间里,本届 7 支顶尖船队的帆船选手将跨越五洲四海,面对海上各种未知状态,展开一场极限挑战之战。

在本届赛事,从“东风队训练营”中精心选拔的 4 名优秀中国帆船运动员将与其他 5 名世界级航海高手一起,在船长夏尔·戈德赫里埃的带领下,以东风队名义代表中国荣誉出战。

沃尔沃环球帆船赛首席执行官克努特·弗罗斯泰德(Knut Frostad)表示:“东风队的加入对于沃尔沃环球帆船赛而言,具有里程碑的意义。中国对于我们而言是一个非常重要的市场。在中国帆船运动员获得伦敦奥运会金牌之后,越来越多的中国人开始关注并加入到帆船运动中来。这为我们的赛事在中国的推广,建立更广泛的认知度打下了基础。”

本赛季将从 10 月的西班牙阿利坎特出发,经过近 9 个月的海洋冒险,经停全球 9 个国家的 10 个港口,总航程达到 3.9895 万海里(7.3886 万公里),于 2015 年 6 月 27 日抵达沃尔沃汽车的故乡瑞典哥德堡,并将举行盛大收官仪式。继 2008-09 赛季停靠青岛和 2011-12 赛季停靠三亚之后,沃尔沃环球帆船赛再次选择三亚作为亚洲停靠港之一,第三次与中国结缘。

同样经历着伟大复兴航程的沃尔沃汽车,在今年 8 月向全世界展示了其转型战略之下的第一个成果:全新沃尔沃 XC90。与新赛船有着异曲同工之处,全新 XC90 将高效动力、智能安全、顶级设计和人车互联融为一体,呈现给人们极致的北欧豪华体验;将带领车主在世界的另一舞台,广袤的陆地上不断探险,挑战自我。XC90 也将追随沃尔沃环球帆船赛的脚步,进驻各个停靠港,为沃尔沃汽车的粉丝们提供亲密体验的机会。

作为沃尔沃品牌拥有的高端赛事,沃尔沃环球帆船赛的挑战极限,实现自我,追求人与自然的和谐赛事精神与沃尔沃汽车品牌精神同根同源。沃尔沃汽车不仅向中国精英阶层传递积极、健康的生活态度和北欧幸福的生活方式,也向国内广大消费者传递了优雅而不失激情的北欧豪华体验。沃尔沃汽车将以领先科技为消费者构建“以人为本”的品牌体验,坚实的迈向品牌复兴的新阶段。(陈瑜 胡晓丰 张乐)

一汽集团与大众汽车在柏林签署了延长经营期限的合资合同,同时,双方原则上同意将在中国相关法律法规的前提下,推动股比调整事宜。

上述一汽-大众相关负责人表示,目前股比调整尚未确定,需要股东双方商议后共同决定,并报由相关政府部门审批。

记者了解到,实际上,51:49 的股权分配比例在双方董事会已经有所讨论,并且将 9%的股权加码奥迪股份公司使其股权上调至 19%,与目前其销量和利润贡献相匹配。

此外,按照续约协议,除延长合资公司经营期限 25 年外,写入条款的内容还包括双方股东对一汽-大众的产品规划、知识产权、生产规划都给予的支持。与此同时,合同还特别约定,合资各方将进一步支持一汽-大众提升研发能力和规划能力,开发新能源车产品。

目前,一汽-大众拥有大众、奥迪两个品牌,覆盖 A、B、C 三级别多款车型。2014 年,一汽-大众提出产销规模瞄准 170 万辆的目标。截至今年 9 月底,一汽-大众已经累计生产销售整车 960 万辆,预计今年底将达到 1000 万辆。(刘旭)