

法兰克福展上“中国学徒”集团老大率队参观学习

9月14日,世界五大车展之一的德国法兰克福车展如期拉开序幕。这个创办于1897年的汽车展览会是世界最早举办的国际车展,也是业界认可的全球规模最大的车展。尽管已经举办了65届,法兰克福车展作为一个技术展示交流的专业展会的初衷并未改变。在这个有世界汽车工业“奥运会”之称的竞技场上,只有靠实力才能赢得尊重。

欧洲经济的复苏在2015法兰克福车展上得到体现。据统计,这届车展共有219款新车全球首发,比上届车展增加60款。其中,作为技术派主流的德系车企依然是法兰克福车展的主角——德国三大汽车企业大众、奔驰、宝马不仅各自独占一个展厅,并且相继发布多款重磅产品和技术,以展示进入工业4.0时代的德国制造的新实力。

从本届法兰克福车展上展示的新技术来看,技术趋同的趋势更加明显。来自美国、欧洲、日本、韩国的国际车企巨头主要着眼于两大新技术趋势——新能源汽车技术与汽车智能化、互联网化。当然,作为全球最大汽车市场的中国市场对法兰克福车展的影响也在不断加深。中国市场对SUV的偏爱使得更多车企加大对这一类型产品的布局。

对于中国企业而言,法兰克福车展有着更为独特的意义。德国有着世界上最为严格的汽车安全、环保法规,而法兰克福车展也以固执般的严肃认真而闻名。登上这种国际A级车展的展台,此前一直被自主品牌视作树立“自信”的手段之一,如果能在这个车展上获得认可,将是进入欧洲市场的最佳踏板。

不过,在2015法兰克福车展上,没有中国整车企业参展,但中国车企并未“缺席”这样的盛会。在2005年第一次参加法兰克福车展



●9月15日,在第66届法兰克福车展上,奥迪正式发布新一代奥迪A4轿车和旅行版车型A4 Avant。图为旅行版车型。

展之后,中国企业逐渐蜕下“镀金”的功利目的,而以“学习者”的姿态以多种方式积极参与。

预言:行驶的手机

在2015法兰克福车展上,各大车企所展示的新能源汽车技术主要包括电动汽车技术、混合动力技术以及轻量化技术。其中,大众、奥迪、宝马、奔驰等7家车企共有9款重磅的新能源车型——如果加上更新换代车型,实际数目远超过此。

上述9款新车中,奥迪推出了全新的e-tron quattro概念车,这款e-tron和quattro

两项奥迪看家技术于一身的概念车,将会是奥迪未来的首款电动SUV,Q6的雏形。该车采用纯电动驱动,续航里程高达500公里。奔驰则展示了一款名为IAA的混合动力概念车。宝马汽车公司力度最大,一口气发布了740e、330e、225xe三款插电混合动力汽车。大众集团旗下的豪华车品牌保时捷在推出普通混合动力和插电式混合动力产品之后,也推出了第一辆电动跑车——续航里程达500km的Mission E,目标直指特斯拉Model S。

在这些推出新能源汽车的企业中,除了雷克萨斯和三菱,其余均为德系车企,其中保时捷、奥迪、大众三大品牌属于大众集团。“我

们坚信电动车是未来的方向,也是集团最重要的战略方向。我们集团已经有整个行业最大的电动车队,2020年之前,我们还会推出20款新能源车。”9月14日晚,大众集团首席执行官马丁·文德恩在大众汽车之夜上表示。此时,丰田汽车享誉全球的环保明星普锐斯也在2015法兰克福车展上发布了第四代产品。这一代新产品不仅车身重量减轻20%,续航里程达到56KM,比此前17.7KM的续航里程翻了2倍。

除此之外,汽车智能化和互联网化已经成为当下最为火热的发展潮流。目前全球四分之一的新车接入了互联网,而有预测说,在2017年这个比例将达到80%。在以“互联驾驶”为主题的2015法兰克福车展上,智能化和汽车互联网则是众多车企争相“秀肌肉”的技术领域。“未来人们对豪华车的定义会有所改变,智能科技也将是最基本的衡量标准。”奥迪全球董事长鲁佩特·施泰德对经济观察报记者表示。

大众汽车集团在本届法兰克福车展上新发布的三大战略方向中,新能源、数字化和新技术是三个并行的主题。“在2020年前,大众将把每一辆汽车发展成行驶的智能手机。”文德恩表示。

戴姆勒股份公司董事会主席、梅赛德斯-奔驰汽车集团全球总裁蔡澈则表示,未来汽车的数字化将涵盖从设计、生产、销售等每一个环节。

行动:中国式取经

尽管没有中国整车企业参展,但法兰克福上的“中国身影”却更加强大。从产品上来看,今年大众、现代、西雅特、宾利、捷豹等众多品牌均发布了SUV新品,这与中国汽车市

工信部发布僵尸车企劝退名单 不合格10月前将退市

据中国之声《新闻晚高峰》报道,2013年10月17日,工信部向国内48家车企发出公告,如果这些企业在两年内依然无法通过相关考核,将被暂停汽车产品的生产资质,退出汽车行业。现在距离最后期限还有一个多月,如果这些企业真的没有达标,他们将成为我国首批退出汽车行业的车企。

之所以对这些车企动手,是因为他们的产量为0或者很少,没有一点生机,但却常年存在,业内人士称其为“僵尸车企”,据了解,我国有1300多家各类车企,为全球最多,其中相当一部分是这样的“僵尸车企”。为什么会有僵尸车企存在?对这些车企的处理能产生怎样的效果?中国汽车企业该有多少家才算合适?

早在2012年7月,工信部就下发了《工业和信息化部关于建立汽车行业退出机制的通知》,2013年发布了《特别公示车辆生产企业(第1批)》,特别公示期从2013年11月1日起,至2015年10月31日止,如今期限降至。

在工信部相关通知中的“不能维持正常生产经营的企业”,指的是“连续2年年销量

为零或极少,其中规定乘用车少于1000辆、大中型客车少于50辆、轻型客车少于100辆、中重型载货车少于50辆、轻微型载货车少于500辆”,对于很多几分钟就下线一辆车的品牌企业来说,这样的劝退标太低了。

这48家车企的名字都鲜为人知,比如:吉林通田汽车有限公司、石家庄中博汽车有限公司、抚顺金信客车有限公司、扬州新亚车辆有限公司,等等。他们的共同特点就是地域鲜明。也许只有当地人曾有幸见过他们生产的产品。

在汽车业资深专家贾新光看来,劝退这样的企业势在必行。中国汽车厂的数量庞大,连改装厂一块得2000多家造成产业秩序非常混乱,多少年也调整不下来,其中的一个毛病之一就是原来没有退出机制。

那么,这样的企业为什么能够长期存在?本身产量就低或者根本就没有,这些“僵尸企业”是如何生存的?

汽车行业资深评论人李洋认为,能让他们活下来的就是他们的资质。“虽然现在年产

几十万、上百万的特大型企业占较多市场份额,但不容忽视的是很多半死不活的零产量、零销量的整车企业还大量存在。这些企业不可能退出市场竞争,它有资质,这个资质就是“壳资源”。它自己没法利用起来,但却可以拿出来卖,以各种各样的方式寻租。工信部出台这样一个规定,恰恰就是打掉局部垄断,让很多所谓的“壳资源”变得一文不值,促进整个汽车行业统一市场的形成,进一步推动全行业市场化。”

兼并重组一直都是汽车行业的一个关键词,面对上千家各类车系,确实需要筛一筛了,但是,有市场分析人士表示,这48家企业的存在和消失,对整个产业几乎不会有什么影响,对行业的整合重组也没有什么助力。

有分析人士认为,整体来说影响比较有限。目前汽车市场的竞争格局都已形成,这跟乳品行业的整合有明显不同,乳品行业的整合更有利于集中度的提升,但汽车行业的集中度已经形成,竞争局面也已经形成,所以影响力就比较有限。

确实,经过这几年的竞争,中国汽车产品集中度越来越高,根据中国汽车工业协会的统计,市场上90%的汽车,集中在10家企业上,但是,在业内人士看来,这依然有点多,对于很多汽车工业发达的国家来说,只存在3到5家大型汽车集团,刚刚结束的2015中国汽车产业发展国际论坛,长安汽车总裁朱华荣预言,“到2020年,中国汽车企业会遵循市场优胜劣汰规律,可能会出现少于7-8家汽车企业的局面。”

中国到底应该有多少车企?业内没有统一的答案,早前,中国汽车工业协会副会长董扬表示,兼并重组依然是必须的。“中国品牌数量比较多,中国品牌之间的合作和兼并都不够,需要减少自己人之间的竞争,做少数品牌。中国品牌和自己兄弟之间的竞争兼并还没完成,还要和外国品牌竞争。中国品牌再大差异都是中国人,能比讲日语的日产和讲法语的雷诺差别更大么?但是他们能很好地联合。主要问题还是观念问题。”

(满朝旭)

汽车经销商兼并重组潮将至 广汇要约收购宝信

受汽车行业整体需求放缓影响,汽车经销商出现了新一轮兼并重组潮。9月16日,广汇汽车对外表示,公司已向宝信汽车发出要约收购。如果收购成功,这将是近年来汽车经销商之间规模最大的一次并购。有业内人士表示,由于目前汽车经销商普遍出现亏损,多数企业不得不寻求转型或者新的盈利途径,预计未来还将有更多汽车经销商加入到兼并重组大潮。

要约收购宝信汽车

广汇汽车发布的公告显示,公司目前已向宝信汽车发出要约收购,并与宝信汽车签署一份协议,根据该协议,广汇汽车已向宝信汽车支付了金额5000万港元的可退还诚意金。

据了解,广汇汽车是目前中国排名第一的乘用车销售商。2014年广汇汽车实现营收约为864亿元,新车销售约57.2万辆,截至去年广汇汽车在全国23个省拥有482家门店,经销着超过40个乘用车品牌。而宝信汽

车则是国内高端豪车品牌经销商代表,旗下主要经营宝马、保时捷、法拉利等豪车品牌,其中,宝信汽车还是国内最大的宝马经销商。

尽管现在具体的收购方案尚未公布,但在全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树看来,广汇汽车这一举动是想扩大自己汽车品牌经销领域和区域。

资料显示,宝信汽车经销的豪车品牌和服务网点主要分布在经济发达、人口稠密、市场潜力巨大的长三角、东北老工业基地及华东、华北等广大地区,而广汇汽车的豪车品牌主要集中在西南或西北地区。

也有消息人士称,宝信汽车之所以与广汇汽车在要约收购达成初步协议,是因为宝信汽车创始人、执行董事兼主席杨爱华或将专心去做他的汽车街,他选择这个时间出售所持的宝信股权或将是最佳机会,这叫“晚退不如早退”。

并非行业个例

据了解,今年上半年汽车经销商行业出现企业之间的并购重组,资料显示,国内大型汽车经销商层面,今年还出现了房地产大佬绿地控股润东汽车以及中升收购7家山东门店、物产元通收购和诚等。

有业内人士表示,多家汽车经销商出现兼并重组现象,主要是受汽车行业整体需求疲软影响。汽车经销商目前的日子并不好过。

中国汽车流通协会统计数据显示,2015年上半年汽车经销商亏损率高达70%,而且各地很多小的汽车经销商出现了倒闭、关店现象。

汽车专家张志勇也表示,车市低迷以及行业“互联网”等新业态的出现,迫使汽车经销商不得不通过转型或者寻求合并的方式来解决目前亏损的局面。

将再现并购潮

对于目前汽车经销商行业出现的多起并购,张志勇认为,随着车市低迷,越来越多的大型汽车经销商开始寻找新的出路,未来

还会有更多的汽车经销商加入到并购或者重组的行列。

资料显示,汽车经销商的并购潮并非首次出现,早在2011年就曾出现过一轮大规模兼并重组,包括广汇汽车、庞大汽贸、联拓、亚厦汽车等国内知名汽车经销商分别收购了多个地区的汽车销售服务公司。

兴业证券分析认为,汽车行业大规模的并购,会发生在盈利顶点或者盈利谷底。2010-2011年汽车经销商行业发生并购潮,当时因为盈利达到峰值,龙头公司纷纷上市扩张版图,而此次出现并购潮是由于行业盈利处于底部,部分经销商出于资金、管理或战略考量选择退出市场,对上市公司而言,目前是利用资金、管理、规模优势低成本整合市场的最佳时间窗口。

此外,关于广汇汽车收购宝信汽车的具体原因以及下一步计划,广汇汽车相关负责人向《北京商报》记者表示,目前一切以公告为主,其他的暂时不方便透露。

(钱瑜)

场上SUV市场连续多年以超过40%增速增长不无关系。

特别是一些豪华车品牌,正把SUV作为吸引中国高端消费人群的重要手段,如一贯强调传统、经典传承的超豪华品牌宾利就推出了首款SUV添越Bentayga。宾利设计总监在接受中国媒体采访时特意强调:“宾利添越Bentayga是全球车型,但同时也是基于很多中国市场的反馈和需求来设计的。”一向与同门兄弟路虎“泾渭分明”的豪华轿车品牌捷豹,也发布了旗下首款SUV产品。

中国车企今年尽管没有直接参展,但不少车企都是企业一把手率领人数庞大的考察团前来考察“取经”,这也正成为法兰克福上最常见的风景。以记者的观察,包括一汽集团董事长徐平、上汽集团董事长陈虹、北汽集团董事长徐和谊、长城汽车董事长魏建军等多位国内车企掌门人均在法兰克福车展现场考察。

其中,北汽的考察团规模最为庞大,徐和谊为首的考察队伍超过百人。一汽集团中,除了徐平,一汽-大众、一汽-大众奥迪、一汽轿车的高管均在现场考察。上汽集团董事长陈虹携上海大众等几十名高管,花了一天时间游走在各个展台。与前几家企业不同,低调的魏建军一向是独来独往,其在法兰克福几乎逛遍了所有企业的展台。“主要目的是来学习。”北汽一名参观本届法兰克福车展的人士表示。

一个更重要的变化是,以往热衷于参与国际A级车展的中国车企变得更加谨慎。2013年,中国车企中只有长安汽车参展,但今年长安也放弃了继续参展。“开销太大,而且本身我们的技术和品质还是和国际领先水平有差距。依然需要继续好好学习。”一名自主品牌车企高管告诉记者。

(刘俊晶)



●大众汽车董事会成员、大众中国总裁兼CEO海兹曼教授

海兹曼:大众股比增持已获中国政府批准

“中国政府原则上已批准大众增持股比,并在合资双方内部安排了工作组。”当地时间9月15日法兰克福车展期间,大众汽车董事会成员、大众中国总裁兼CEO海兹曼在接受新浪汽车采访时如是表示。

据海兹曼教授介绍,目前双方正共同委托外聘国家级注册审计师和专家进行股票估值,这一跨国性股权转让的整个过程需要一定时间才可完成。

对于当前中国车市增速放缓的现状,海兹曼并没有流露出过于担心,他认为中国车市近期虽然不再保持两位数增长,但整个中国市场未来增长潜力依然巨大,目前的市场震荡只是整个经济周期中的一段插曲,调整结束之后中国市场将恢复到较高的增长水平。

海兹曼认为,下一阶段中国不同区域之间车市热度会进一步分化,一二线市场增长空间有限,三到五线城市将迎来高速成长期。随着中国中产阶级人数规模的扩大,中产阶级收入水平的提高,汽车市场增长基础会不断夯实。

未来4年里,大众将向中国市场导入不同尺寸的大型、中型、小型SUV产品,其中部分实现国产化,覆盖不同细分市场。而下一代国产途观车身将比欧洲版车型更长,同时会加入驾驶辅助系统,还有插电式混合动力版本可供选择。

同时,海兹曼表示,大众经济型汽车品牌(此前的廉价车项目)将独立与大众品牌、斯柯达品牌之外,整体定价体系也会低于上述两个品牌。在2018年开始,新的经济型品牌将会生产三厢、掀背车、SUV等多款产品,这一系列新车型都会引入中国,而大众在中国与一汽的合资公司一汽-大众是潜在生产基地之一,前期调研工作正在进行之中。

新能源产品方面,今后大众品牌在每个级别细分市场中,都会推出相应的插电式混合动力车型和纯电动车型。其中,奥迪A6插电式混合动力车将会在一汽-大众进行国产。此外,大众还会推出一款定位高于迈腾和帕萨特的国产车型,并提供插电式混合动力和传统汽油发动机两种动力可供选择。

“欧洲百公里二氧化碳的排放量最高限定是95克,而美国也公布了更为严格的油耗标准,这已经成为全球的一种趋势。”随着新能源汽车产品的不断导入,大众认为到2020年其在中国市场的新能源产品销量将达到数十万辆水平。

此外,海兹曼还透露,未来不排除南北大众合资企业产品走出国门实现对外出口的可能,但截至目前大众尚没有具体计划。

(据新浪汽车)