

上汽观致长城齐登陆 中国车企借助 SUV 抢滩欧洲市场

综合外电报道,中国汽车制造商希望重振在欧洲销售汽车的雄心,这一次将目标锁定在了当地蓬勃发展的 SUV 市场。从已经在欧洲站稳的长城,到正向当地引入 SUV 的上汽 MG 和观致,乃至复活的宝沃,都将这一方案当作破局路径。

上汽欲借名爵锐腾在欧洲重振 MG

中国汽车品牌进军欧洲的计划已有年头,早在 2005 年法兰克福车展上,吉利汽车就宣布将大举进攻欧洲市场。然而迄今为止中国车企在欧洲成绩极其有限。根据研究公司 JATODynamics 的数据,2014 年上汽旗下 MG 总计在英国销售了 2328 辆 MG 品牌汽车,而该国是 MG 目前唯一的欧洲市场。从 2016 年开始,这一情况可能将得到改观。MG 准备将一支生力军——MG GS 名爵锐腾紧凑 SUV 投放到英国,加入到现有的 MG6 紧凑轿车和 MG3 小型掀背车的产品序列。MG 汽车公司营销和销售负责人 Matthew Cheyne 预测称, MG GS 名爵锐腾有望促进该品牌在欧洲大陆销量显著增长,而这一计划原定是在 2013 年推进,由于各种原因有所延迟。负责葡萄牙和塞浦路斯业务的 MG 汽车区域董事总经理 Paul Holmes 指出:“三款车型构成的产品阵容吸引力要大得多。”MG 将分别在 2017 年和 2018 年进入葡萄牙和塞浦路斯两个新市场。Paul Holmes 认为 SUV 将是极具吸引力的产品,有望帮助消费者对 MG 品牌看法改观。MG 一直希望以故土英国为依托,在欧洲大陆复苏。在 2005 年名爵罗孚集团破产之前,该公司曾是英国规模最大的汽车制造商。之后罗孚被上汽收购, MG 被南汽吞并后再度转入上汽之后。迄今 MG 汽车总部仍在英国长桥。



●MG GS 名爵锐腾将进入英国市场

长城押宝哈弗 H6

在所有中国车企中,长城汽车是为数不多能够在欧洲设立工厂的公司之一。2012 年 2 月下旬,长城保加利亚工厂开张,3 月正式投产。该厂由长城与当地合作伙伴利泰克斯汽车公司共同建立,以 KD 形式进口长城散件进行组装生产。厂址位于洛维奇州附近,距离保加利亚首都索非亚约东北 150 公里处。项目于 2009 年 5 月启动。初期工厂员工数量为 150 人,早期完整年份产能为 8000 辆;之后工厂员工总数倍增至 2000 人,产能逐步提高到两班生产 5 万辆/年;之后还将进一步扩张为三班生产 7.1 万-7.2 万辆/年。在当地投产的车型中,长城最初规划了酷熊轿车、炫丽轿车、凌傲 C10 微型轿车、风骏 5 皮卡和哈弗 SUV,而重心如今已经转移到哈弗 H6 型 SUV,与风骏皮卡共线生产,取代凌傲 C10。长城发言人告诉媒体“我们将

集中精力生产 4x4 车型。”

2014 年,长城在南欧的意大利销售了 518 辆汽车,而在保加利亚、塞尔维亚、马其顿和罗马尼亚总计销量达到 800 辆。接下来长城还准备进入希腊和捷克、波兰。

观致：可能在欧洲销售多款 SUV

作为年轻的中国本土品牌,观致自诞生之初就将目标市场覆盖到海外。而东欧的“汽车重镇”斯洛伐克则成为其第一个欧罗巴大陆据点。2015 年 3 月份,观致在日内瓦车展上展示观致 3 都市 SUV。这是继观致 3 紧凑轿车、观致 3 掀背车之后,观致品牌旗下第三款产品,面向都市消费者,兼顾日常通勤和周末休闲。一名发言人告诉媒体,虽然观致尚未确定向欧洲引入观致 3 都市 SUV 的日期,但

在考虑将该车销往斯洛伐克。斯洛伐克是观致挺进欧洲市场的第一站,2014 年销售了 40 辆观致 3 轿车,2015 年观致掀背车又进入该市场。目前观致正在同当地经销商 Autobinnck 公司协商销售 SUV 事宜,包括发布日期和价格。

新任 CEO 墨斐(Phil Murtaugh)透露称,未来观致还准备打造旅行车/休旅车和更大型的 SUV 吸引欧洲消费者,该公司希望欧洲最终贡献其全球销量的 10% 份额。

宝沃:北汽福田的欧洲之梦

德国老牌汽车品牌宝沃今年 3 月宣布将复活,到年中被中国北汽福田收购,引来业界各方关注。这一历史悠久的品牌早在上个世纪六十年代破产,今年法兰克福车展上,宝沃首发了其 54 年来的第一款新车 BX7SUV。

根据其复活计划,宝沃希望未来能够推出至少 5 款新车。继 BX7 推出之后,宝沃还将推出两款较小型 SUV、一款轿车以及一款 MPV。这些车型将于 2016 年初在位于北京的工厂投产,新车主要针对中国以及周边市场。

宝沃 CEO 华立新(Ulrich Walker)在车展上表示,公司的中期销量目标是 50 万辆。

关键点在于设计

迄今为止,中国车企在欧洲市场表现只能称得上是聊胜于无。如何打破现有的局势,开拓更大的版图,对一些力图进取、放眼欧洲的中国车企来说,已经是重要话题。分析人士认为,中国汽车公司如要在欧洲取得成功,必须从根本上改变之前沉闷平庸的设计。有专家称:“倘若你希望突进欧洲,则需要拿出一些回头率较高的作品。车企应当敢于采用其他同侪没有勇气采用的设计。”(石勃)

受大众造假门影响 国内柴油车推广阻力或加大

震动全球的大众汽车“造假”事件,不仅令这家德国著名车企遭遇了空前的信任危机,同时也使得本来在中国就没有大范围推广的柴油乘用车前路难测。

国四标准产业化升级并未完全实现

事实上,相比欧洲 50% 左右的柴油乘用车保有率,国内汽油车远比柴油车受欢迎,据称后者只有 1% 的保有率。东方油气网油品部经理程瑞锋告诉《第一财经日报》记者,2013 年 2 月,国务院常务会议就决定加快油品升级,石油石化系统也制定了十分明确的升级路线。2015 年 1 月 1 日时,全国已实现了国四柴油的供应升级,部分城市的国五柴油也遍布大街小巷,如上海、江苏、杭州、萧山、天津和广东等地。所以,柴油车的对应油品在国内不少地区都可找到。这与电动车所处的现实环境完全不同:虽然电动车不少,可充电桩的布局还只在萌芽阶段。其次,油品升级这一法规的变化,也会带动相应技术的发展,为清洁柴油汽车又带来了机遇。举例来说,尾气后处理和燃烧效率都有了

不少提高,如中重型商用车在尾气后处理方面,国内选择的路径是 SCR 系统法,轻型商用车则侧重于 EGR DOC/POC 法。但程瑞锋表示,虽然尾气处理技术、油品质量等看似有了明显变化,但汽车产业化的升级之路显得却很漫长。“一些不达国四标准的柴油车依然在路上行驶着。造成此现象的原因,一方面是因国内对柴油车标准的监管不会面面俱到,有些贴着国四环保标志的汽车实际上并未达到此标准;另外,柴油车主不会说为了国家的新标准而去更换现有车型。在选购新车时,车主会对汽车整车、环保技术等做综合考量,希望最大范围内的省钱,所以产业化进程与柴油标准、高新技术之间难以同步。”他还表示,“汽柴比”的这一因素,也阻碍了柴油车的发展进程。所谓“汽柴比”,即一吨原油经裂解之后,会分别产出汽油、柴油的比例,这是基于油品制造设备本身属性而来,无法通过主观人为操作实现。我国的汽柴比曾是“1:2”左右(如今有所下降)。而且多年的经济增速下,国内的柴油需求很旺,工厂、矿、山、水上运输等行业都要大量使用柴油,给柴油车的用油空间不大。

而如果要增加柴油车使用,那么柴油的生产量也得跟上,结果是国内要进口更多原油,导致汽油量也会被动增加。假设为了柴油车的进一步提升,那么制造出来的更多汽油往哪里销售呢?况且今年以来,汽车销量在下滑,车厂连汽油车都卖不动,更不会去做费力不讨好的柴油车销售了。

柴油车尾气有害物质排放更大

相比欧洲市场上柴油车保有量的巨大,国内柴油车销不动还有其它原因。首先,欧洲现有的环保法规对柴油车更宽松。如欧五标准情况下,汽油、柴油车在氮氧化物的排放上,允许值是 60mg/km 和 180mg/km,即便是 2014 年欧洲实行了更为严格的欧六标准,柴油车的氮氧化物排放范围也在 80mg/km,但美国则全部为 43mg/km。除此以外,欧洲不少国家会奖励购买高效的车辆消费者,如对燃油效率、车重、排量等实行不同的车辆购置税;部分柴油轿车在行驶一定公里数后,相关部门还会弥补柴油车和汽油车的最初购买价差。

然而,中国市场有所不同。一位基金公

司的石化研究员则向记者解释,柴油车的天然属性及城市内的拥堵交通,令柴油车前路坎坷。在汽车尾气中,NOx 和 PM 两项排放达到了全社会总排放量的 30% 以上,而柴油车在这方面的排放比也异常高,约 80% 上下,所以柴油车的尾气排放控制至关重要。相关数据显示,我国汽车尾气中的 CO、HC、NOx 和 PM 等排放量也在近几年来继续保持增长。在如此严峻的环境污染面前、加上交通拥堵,无论是政府部门还是汽车厂商,推崇柴油车的决心都难下。相比之下,混合动力和电动车的政策环境更为宽松。而且,尽管柴油车拥有动力强、燃油经济性不错等优点,但如果要选择 SCR 系统,使中重型商用车的尾气处理更清洁,就必须要强化尾气处理系统。车主的用车成本会随之提升,导致车主在购车后,自主关闭尾气处理装置。在大众柴油车的造假事件爆发后,人们对柴油车的环保信任度可能发生质变。招商证券首席分析师汪刘胜告诉记者,未来一段时间,清洁柴油车的在华销量提升或存阻力。(王佑)

大众汽车失信代价:德国汽车业整体承压

诚信是现代企业的生命线,是企业追求长期效益的资本。德国企业与德国制造,一直以诚信著称。然而,从德国最大的商业银行到最大的汽车制造企业,从操纵 LIBOR 牟利到操纵柴油发动机尾气排放逃避监管,德意志银行和德国大众汽车公司先后给德国式诚信重重地打了耳光。眼下,巨额奉使德意志银行背上了沉重的财务负担,修复企业信誉更是任重道远,而大众很有可能走上相同的道路。今年 4 月,德意志银行因 LIBOR 丑闻被罚 25 亿美元,相当于其 2014 财年税前利润的 70%。相比之下,大众承受的奉压力大得多。根据目前披露的消息,大众“排放门”涉事汽车约 1100 万辆,在美国最高面临 180 亿美元奉。即使在业绩最好的 2014 年,大众取得的经营利润不过 127 亿欧元(约合 142 亿美元)。更何况,美国环保机构的罚款只是开始。德国地方检察机关 9 月 23 日宣布对大众“排放门”展开初步调查,德国联邦交通部的一个调查委员会已抵达大众总部所在地沃尔夫斯堡,将对涉事车辆是否符合德国和欧盟法规进行评估。此外,韩国、意大利等其他国家也开始调查大众汽车是否在当地违规。除因欺诈及违规排放面临多方处罚外,涉事车辆很可能被大规模召回,将使大众面临更大的经济损失。德国绿党议会党团主席

安东·霍夫莱特要求大众将所有安装尾气排放操控软件的汽车召回并进行改装。他表示,如果大众方面不情愿召回,德国政府必须对其施压。处罚和召回的损失尚能计算,而大众集团信誉严重受损,对自身、对德国车企、对德国制造、乃至对全球汽车业的影响却难以估量。大众集团监事会主席团 23 日召开紧急会议后发布声明称,信任危机已经发生,克服信任危机是大众的一项长期任务,必须持之以恒,使大众在各方面重新获得客户信任。受大众“排放门”影响,戴姆勒、宝马等德国车企的股价纷纷下跌,德国汽车业整体承受压力。德意志银行 23 日发布的最新预测称,由于大众“排放门”事件,今年底德国 DAX 指数预计在 10300 点左右,较之前预测低 1000 点;明年底 DAX 指数预计为 11200 点左右,较之前预测低 900 点。以汽车为代表的机械制造是德国主要的出口产品,德国机械设备制造联合会担心,大众集团的错误行为会对德国出口工业产生整体影响,令德国制造的名誉受损,从而拖累出口。

与此同时,德国车企力推的“清洁柴油车”策略可能因大众“排放门”招来更多质疑。相比汽油发动机,柴油发动机具有更好的燃油经济性。为了兼顾燃油经济性和环保性,大

众、戴姆勒、宝马等德国车企大力开发清洁柴油技术,并在北美市场将其作为与日本车企竞争的法宝之一,德国品牌柴油车在西欧市场占有率达 53%。从正在举办的第 66 届法兰克福国际车展来看,虽然电动汽车备受期待,但化石燃料在未来一段时间仍扮演重要角色,已成为多方共识。德国汽车工业联合会主席马蒂亚斯·维斯曼在多个场合表达了对清洁柴油技术的推崇。针对大众“排放门”,维斯曼说,非法使用发动机软件完全是错误的,但不能因此否定柴油技术,也不能因此怀疑成百上千的整车制造商及配件商。然而,消费者却不一定对此买账。23 日,大众集团首席执行官马丁·温特科恩宣布辞职。虽然大众监事会认为温特科恩事先并不知情,温特科恩本人也认为自己没错,但出于公司利益需要,作为大众集团董事会主席,他要对被披露的大众柴油发动机违规排放事件负责,因而向监事会提出辞职。温特科恩表示:“大众需要一个新的开始,包括在人事方面。”可以肯定的是,无论“排放门”的调查结果如何,谁是丑闻的主使者和参与者,拥有近 80 年历史的大众汽车都将为失信行为付出惨重的代价。(沈忠浩 饶博)



▼ 相关新闻

大众在华合资公司声明：排放事件与旗下产品无关

9 月 24 日,在德国大众北美柴油车排放事件后,上海大众汽车官方发出声明,该事件不涉及上海大众汽车生产和销售的所有产品。与此同时,一汽-大众发表声明称,根据公司的生产和销售记录,该事件不涉及一汽-大众生产和销售的大众、奥迪两大品牌的产品。这是大众在美排放造假事件发生后,大众在华合资企业首次发表声明。

近日,德国大众深陷排放造假丑闻。根据美国清洁空气法,大众将面临每台车 37500

核心供应商数量又提升 12% 锡柴供应链尽显品牌优势

强势打造中国领先的供应链体系,为锡柴科学发展提供有力保证。日前,锡柴针对奥威、恒威、康威不同的品牌定位,结合国五、国六平台产品升级,又引入了一些行业知名供应商,国际领先、国内一流供应商比例同比提升 12%,同时强化年度核心供应商候选单位的培育和考评。截至目前,锡柴核心供应商的“核心”辐射引领作用日渐显现,锡柴资源保障能力领先同行。供应链作为发动机整机产品的质量、性能的“源泉”,所供应的零配件直接决定了产品在市场中的竞争力。今年,锡柴采购部以品牌统领为导向,采购环节紧紧围绕零部件清洁度、磕碰伤和实物符合性等方面,着力零部件质量的源头控制。在提升清洁度方面,组织供应商提报清洁度管理防护类软件措施 335 项,截至目前已完成 88%;在磕碰伤方面,成立专项工作小组,一方面实施磕碰问题检查,另一方面,组织重点零部件供应商实施自查自纠,组织完成 26 种主要零部件磕碰伤标准的制定;在符合性方面,针对精细化工程、MV3 精品工程等,联手供应商持续深化开展难点攻关,围绕设计、制造、服务维度,滚动落实各项提升措施。锡柴今年还积极发挥供应商优势,利用其专业技术优势,先后组织 58 家供应商参与清洁度提升活动,针对浙江市场、深圳公交、青汽等主要客户,先后组织 25 家供应商开展市场联合服务活动,通过开展联合攻关、联合服务等工作,提升了锡柴品牌影响力。(刘泉刚)



穆勒出任大众新 CEO 北美业务将重组并彻查

据德国媒体报道,9 月 25 日,大众汽车集团发布声明称,在大众汽车刚刚举行的监事会选举中,原保时捷 CEO 穆勒 Mueller 获得大多数股东支持,将接替文德恩 Winterkorn 担任首席执行官、立即生效。新任 CEO 穆勒最为紧迫的任务就是赢回各方信任,丑闻对于大众而言是道德与政治灾难,大众汽车已经对部分高管停职。大众集团发表声明,称穆勒仍保留目前在斯图加特的保时捷公司董事长职务,直至找到继任者。1953 年 6 月 9 日,穆勒出生于开姆尼茨州,完成中学教育后,做过奥迪 AG 制造工人的学徒。随后,在慕尼黑大学应用科学研究计算机科学,并获硕士学位。1978 年,穆勒在奥迪 AG 开始了职业生涯,1984 年,成为该品牌系统分析师主管,并于 1993 年接手奥迪 A3 项目。2 年后,穆勒承担起奥迪 AG、兰博基尼等产品管理的责任。2007 年,穆勒正式接触大众集团和大众品牌,并成为产品管理主管,同时也是大众集团的总代表之一。2010 年,开始进入保时捷公司,并成为董事会成员。当天会议公布的消息还包括:大众汽车将把美国、墨西哥、加拿大的业务整合为新的北美事业单元,斯柯达董事会主席范安德将出任新业务板块的负责人,他同时担负彻查北美尾气排放作假丑闻的任务,而此前盛传将被迫离职的美国业务负责人 Michael Horn 暂时保住了职位,同时大众汽车还调整了集团内部多位高级管理人员的职位。此外,大众汽车还将于 11 月 9 日召开特别股东大会,讨论更多企业战略与公司架构问题。(钟汉)

美元,共计 180 亿美元的巨额罚款(约合 1145 亿元人民币)。大众排放造假事件持续发酵。9 月 23 日晚间,大众汽车 CEO 文德恩宣布辞职。

目前大众在国内销售的主要是进口柴油车,包括大众和奥迪品牌的进口 SUV 等。大众中国相关负责人向记者表示:“目前此事正处在全力调查过程中。我们将在适当的时候与大家分享更新的信息。”

业内人士介绍,柴油发动机相较汽油发动机扭矩更大、输出动力更强,在 SUV 市场中受到很多消费者的偏爱。“在西欧国家柴油车能占到乘用车新车销量的 50%-60%。”博世汽车相关人士向记者表示,“而在中国这一比例仅为 0.3% 左右。”(纪伟)