

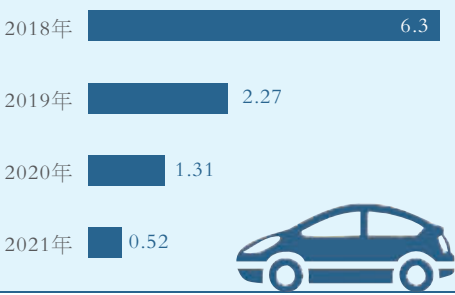
总部失联渠道“停摆” 观致汽车去哪了

从奇瑞汽车手中接盘四年多时间,宝能未能盘活观致汽车,离退出再进一步。在山东省汽车流通协会发布“观致汽车宝能总部失联”的消费警示后,5月10日北京商报记者在投诉平台上看到,大量观致车主投诉称“观致汽车在当地没有售后服务,车辆故障后没有配件进行维修”等问题。投诉量激增的背后,迷失的观致汽车渠道正加速退出。

北京商报记者调查发现,目前不少城市的观致汽车门店均已关停,而且已出现无售后网点、零配件停供等情况,部分观致车主无法对车辆进行保养维修。同时,由于长期处于亏损状态,部分观致汽车经销商也以6折的价格清理库存车,以更换销售其他品牌车型。此前,尽管观致汽车背靠宝能集团,但这个“自主高端”品牌正走向终局。

2018-2021年观致汽车销量一览

(单位:万辆)



修车无门

观致车主可能没想到,所购车辆竟然无人管。一位南京的观致车主表示,自己购买的观致5,到店维修被告知没有相应配件,联系厂家也多次无果,问题一直未能解决。上述观致车主的遭遇并非个例。车质网及黑猫平台显示,近期多位观致车主投诉所购车辆需要维修,但一直等不到配件。

对此,北京商报记者对北京市场观致汽车售后是否存在修车难等问题进行调查。观致汽车官网显示,目前北京共有3家授权维修点,分别位于丰台区、朝阳区及通州区。其中,位于通州区的观致汽车维修网点已经关门,位于丰台区的观致汽车维修网点则已更换销售其他品牌车型,并不接受观致汽车售后业务。目前,仅剩位于朝阳区的观致汽车维修网点能够开展售后业务,但一位工作人员表示,车主只能到店保养车辆,无法提供维修业务。

“如果车主要修车,店内只能到市场上寻找货源。”该工作人员说。

同时,上述观致汽车维修网点工作人员称,由于店内也无法联系到厂家订购配件,因此市场上采购配件需要车主自行付费进行维修,如果更换原厂配件,维修价格较高。

不仅官方维修网点无法从厂家订购到原厂配件,近日山东省汽车流通协会在一份《关于观致品牌汽车消费警示》中称,为帮助消费者进行维权,山东省汽车流通协会消费维权工作站向观致品牌所属的宝能集团总部所在地深圳市罗湖区宝安北路2088号“邮寄发送询问函,因人去楼空信函被退回。而北京商报记者拨打观致汽车官方客服电话时,却发现该号码已显示不存在。

经销商清仓易手

观致汽车总部失联,旗下经销商也纷纷撤出。

北京商报记者在投诉平台上看到,不仅针对零配件断货的投诉量激增,由于观致汽车经销商撤店的“由于没有维修网点,观致汽车承诺的赠送保养无法兑现”等投诉量也与日俱增。山东省汽车流通协会方面透露,目前济南市4家宝能观致汽车直营店均已停业,不少济南市观致车主对售后无4S店维修保养问题进行投诉。

不仅济南市,全国的观致汽车经销商也正悄然退出。北京商报记者致电观致汽车官网显示的北京授权经销商电话,仅一家处于无人接听状态,其他门店电话均显示为空号。上述观致汽车售后网点工作人员表示,目前北京的观致汽车授权经销商均已关停。

值得关注的是,在观致汽车官网显示的全国授权经销商中,部分也已名存实亡。北京商报记者在采访中发现,不少经销商门店关停或转卖其他品牌车型,更有经销商在销售观致汽车的同时也在销售其他品牌车型。针

对企业线下门店停售、售后不完善的问题,北京商报记者联系观致汽车方面,但截至发稿尚未得到回复。

观致汽车经销商加速退出,部分仍有库存车的经销商,则选择尽快甩掉包袱。据了解,目前观致汽车库存车型的优惠力度达6折。

“厂家已经停产,甩卖完店内的库存车准备改售其他品牌车型。”一位广州观致汽车经销商负责人对北京商报记者坦言,观致汽车销售情况一直不好,店内也持续亏损,现在店内只能赔本尽快将这些库存车卖掉。他举例称,一辆观致7车型进价超12万元,现在甩卖价8万元。

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉认为,经销商退网的最大原因为资金承压,车型不能及时售出导致资金质押,长此以往,经销商的处境将十分艰难。

宝能救不了观致

观致汽车从当时奇瑞孵化时的“自主高端”品牌,到易手宝能逐渐边缘化,令人唏嘘。

资料显示,观致汽车成立于2007年,注册资本约169.25亿元。作为国内较早定位高端的自主品牌,背靠奇瑞汽车的观致汽车起点不低,但其发展道路并不平坦。2014-2016年,观致汽车先后推出观致3五门版、观致3都市SUV、观致5 SUV及观致3 GT车型,但销量持续低迷。

2017年,宝能集团逐渐接盘,让业内认为观致汽车迎来转机。宝能汽车利用旗下联动

云租车平台帮助观致汽车提振销量,同时开启线下直营店模式。

宝能集团董事长姚振华表示,从2018年开始连续五年,每年向观致汽车投资100亿元用于新车研发,到2022年预计推出26款新车型。数据显示,2018年观致汽车销量达6.3万辆,同比增长320%。

然而,宝能集团的大手笔并未盘活观致汽车。乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)发布数据显示,2019年观致汽车销量跌至2.27万辆,2020年降至1.31万辆。而在产品上,虽然观致汽车推出多项新车战略计划,但在宝能集团接手后,目前在售的全新车型仅为观致7一款。销量低迷、业绩不佳情况下,观致汽车法定代表人何华也被多次限制高消费。其中,曾出现一日内新增五则被限制高消费信息的情况。

乘联会秘书长崔东树表示,观致汽车产品力不足使其在竞争激烈的车市中存在感不强,这也让经销商承受着不小压力。

观致汽车持续低迷的同时,宝能集团也连续爆雷。天眼查显示,宝能集团67次列为被执行人,被执行总金额高达241亿元。而云南省发改委则发布公告称,移除“昆明宝能新能源汽车零部件生产项目”和“观致汽车有限公司(昆明)分公司建设项目”在云南省投资项目在线审批监管平台上的项目备案信息,其投资备案证明文件失效。

业内人士表示,宝能收购观致汽车后开始布局汽车产业,更多是在进行资本化运作,但对观致汽车的业务层面关注并不多。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

斥资13亿入股 吉利联手雷诺各取所需

收购沃尔沃、入股戴姆勒后,吉利汽车又绑定雷诺。5月10日,吉利汽车宣布与雷诺集团的韩国子公司雷诺韩国汽车(以下简称“雷诺韩国”)签订股份认购协议。协议显示,吉利汽车拟认购雷诺韩国34.02%股份。这意味着,吉利“借助”雷诺进军韩国市场。业内人士认为,吉利汽车入股雷诺韩国后,不仅能加速吉利汽车技术出海,回收研发成本,同时也能帮助缺少资金的雷诺电动化战略加速落地。此外,也为今后雷诺电动车型进入中国市场寻找合作伙伴。

认购超三成股份

公告显示,吉利汽车将通过其子公司Centurion Industries Limited,持有雷诺韩国34.02%的股份,此次吉利汽车收购价约为2640亿韩元(约合13.76亿元人民币),相当于每股目标股份5818韩元(约合30.3元人民币)。交易完成后,雷诺韩国大股东仍为雷诺集团,也将继续由雷诺集团并表。

本次吉利汽车入股雷诺韩国早有迹象。去年8月,吉利汽车母公司吉利集团与雷诺集团共同宣布,双方已签署谅解备忘录,建立创新型合作伙伴关系。谅解备忘录显示,双方将在中国和韩国开展合作,未来双方将聚焦于混合动力市场共享资源和技术,并以中韩为重点市场开展合作。今年1月,吉利控股集团与雷诺集团共同宣布,将在韩国市场推出高效、节能的燃油和智能混合动力车型。

吉利汽车相关负责人表示:“新产品将采用吉利位于瑞典研发中心研发的世界级CMA模块化架构,并使用吉利先进的混动技术。雷诺集团与雷诺韩国将发挥其前瞻技术、造型设计和用户体验方面的优势,为当地用户提供超越期待的体验。”

据了解,CMA架构为吉利汽车和沃尔沃为面向全球工业4.0联手打造的一套模块化架构,具有高度灵活性和延展性,能够打造适用于多种车身形式和尺寸的车平台,不仅支持传统能源,还能兼容新能源动力系统,包括HEV混动及PHEV插电混动系统,目前已广泛应用于领克、沃尔沃、极星、吉利四大品牌。数据显示,去年上半年,CMA架构车型在吉利集团总销量占比达25%。

据悉,未来吉利汽车与雷诺韩国推出的新产品系列,将利用现有雷诺韩国销售

和售后网络,并由雷诺三星位于韩国釜山的工厂生产,预计2024年量产。

平摊成本拓海外市场

近年来,吉利汽车一直通过沃尔沃、宝腾、英伦品牌等实现海外并购,此次入股雷诺韩国对吉利汽车来说将进一步拓展海外市场布局。

入股雷诺韩国,一方面有助于推动吉利汽车产品国际化,运用其现有技术和研发水平在韩国市场占有一席之地,进而实现产品国际化的长期战略目标;另一方面,也与现有业务产生协调效应,使吉利汽车能够进一步加强汽车架构和车型技术方面的研发能力,同时寻求产业价值链发展。

目前,在韩国市场,雷诺三星为前五大汽车制造商之一。乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,雷诺集团作为全球性品牌具有一定的资源和优势,吉利汽车也可以借助这些优势,在输出技术的同时拓展海外市场版图,扩大自身平台技术的市场应用规模。

近年来,吉利汽车在收购沃尔沃汽车后,频频通过入股方式联手国际造车品牌。2020年,吉利控股宣布,与奔驰组建smart品牌全球合资公司“智马达汽车有限公司”。根据双方协议,smart新车型的工程研发将由吉利控股全球研发中心负责,奔驰全球设计部门则负责设计,新车在中国生产并返销全球。本次吉利汽车也采用与奔驰合作相类似的模式。北京商报记者了解到,吉利汽车与雷诺韩国合作生产的车型也将投放海外市场。

事实上,吉利汽车持续扩充其技术应用“朋友圈”,也能平摊技术研发成本。数据显示,去年吉利汽车技术服务和授权利润持续增长,同比增长高达245.3%。此外,

北京商报记者注意到,在本次双方签订股份认购协议中约定,2022年和2023年两个财政年度,雷诺韩国需向吉利汽车支付不少于3.28亿元的股息。

引入吉利谋翻身

相比吉利汽车的“出海”需求,雷诺集团则希望通过吉利汽车带资入局,缓解资金紧张的局面。

自“戈恩事件”后,在雷诺-日产联盟中,无论雷诺集团还是日产汽车,都在竭力恢复元气。雷诺集团希望借助电动化帮助企业消除影响,并发布被视为救命稻草的“Renaultion”全新战略规划。雷诺集团方面曾表示,到2025年将推出24款车型,其中半数分布在C级和D级细分市场,并至少包括10款纯电动。同时,雷诺品牌将在欧洲提供超过65%的纯电动和电气化车型;到2030年,雷诺品牌电动车比例将达到90%。

该战略发布后便有消息称,雷诺集团正考虑出售所持有的日产汽车部分股份,可能将其电气化战略筹集数十亿欧元资金,并缓解其与联盟伙伴长期紧张的关系,而欲接盘的买家正是吉利汽车。彼时,尽管双方均未作出回应,但在电动化转型方面,吉利汽车拥有成熟的技术与平台,除纯电动技术路线外,吉利汽车还发布雷神动力品牌,其核心产品即为雷神智擎Hi·X混动平台”。

此外,雷诺品牌在亚洲市场的业绩远不如欧洲市场。2020年,雷诺与合资伙伴东风集团“分手”,东风雷诺退出中国乘用车市场。而在韩国市场,去年雷诺韩国汽车全年除税前溢利仅为1.2亿元,同比下滑71.2%。

业内人士认为,吉利汽车在产业链和研发平台方面优势明显,能够对雷诺集团在全球市场提供帮助。同时,雷诺汽车想要借助电动化战略突围,不仅需要资金,更需要在中国市场重新找到立足点,吉利汽车已稳坐国内自主品牌头把交椅,无论技术平台、产品更新还是转型速度均排在前列,雷诺集团也能借助吉利汽车在华资源,重新杀回中国市场。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

再曝造假丑闻 三菱电机在华难求生

5月9日,据央视财经消息,日本三菱电机公司承认其生产的变压器存在检验数据造假问题。该公司涉事工厂的两项质量管理认证证书,也被国际认证机构暂停。三菱电机委托第三方进行的调查发现,公司变压器数据造假至少可追溯到1982年,跨度长达40年。此次涉及的近3400台变压器被出售到日本国内外。

造假行为频出

虽然此次事件对中国市场的影响尚不明确,但无疑动摇了中国消费者对三菱的信心。早在2021年中消协的一次产品对比实验中,三菱电机的空调产品就被曝出与宣传不符。三菱电机方面宣称该款产品配备“健康自清洁”功能,实际却不能清洁灰尘。

从世界市场范围看,三菱的品牌危机更甚。2017年,三菱电机工业被曝伪造数百万件产品数据,采购这些产品的企业大多数为飞机、轿车行业,其中包括波音和空中客车;2018年2月,三菱电机全资子公司TOKAI宣布,用于包括新干线在内铁路车辆和电梯的253种橡胶产品,存在省略品质相关检查等违规行为。此外,日本三菱电机还曾向欧洲车企出口大量不合规产品达三年之久,并伪造大量虚假文件。

在消费电子专家许意强看来,三菱造假的背后折射出日本制造文化的困境:“三菱电机数据造假,其实是由日本长期秉持的制造文化与快速多变的时代割裂造成的。日本制造文化没有很好地适应时代变迁。作为不同时代的经营管理者,为应对这个时代的竞争,同时又受到传统文化束缚,只能通过数据造假等方式应对同行竞争。”

令人担忧的是,一起案例被曝光,是否意味着行业中还有更多猫腻藏在幕后?许意强称:“目前来看,三菱电机的问题可能并非个案,但这并不能代表日本制造的整体情况,应该是折射企业在阶段性发展过程中的转型困境。”

北京商报记者就相关问题致函三菱电机采访,但截至发稿,并未获得回复。

市占率萎缩明显

近年来,三菱电机的家电产品在市场上越来越少。2021年底,三菱电机宣布,将逐步缩小液晶电视的生产业务,到2024年将终止给相关联的电器店供货。在如今彩电大屏化、智能化趋势下,各大企业纷纷抢占市场,三菱离去的背景

显得颇为落寞。

市场调研机构Omdia发布数据,2021年全球彩电市场中,三星位居首位,销售额占比达到29.5%,销量占比达19.8%;LG以18.5%的占比位居第二位。同时,在销量最高的15个电视品牌中,中国品牌占到8个。

在国内空调市场似乎也无一席之地。尽管各机构的调查数据多少有些出入,但海尔、美的、格力、奥克斯、海信、TCL等几大品牌合计几乎占据八成以上空调市场份额。

香港资本执行董事沈萌表示,目前中韩两国在电器市场风头正劲,产品升级的同时还尽量以低价抢占市场。而包括三菱在内的日本电器产品很难达到这样的性价比,原本品质保证是日企的“护身符”,现在受不断曝出的数据造假事件影响,日系品牌的品质信誉将进一步被削弱。

错失“浪潮”何处寻身

随着5G建设逐步推进,万物互联的大背景下,智能家居逐渐成为新风口。

中商产业研究院发布数据显示,中国已占据全球50%-60%的智能家居消费份额,利润占据全球20%-30%的市场份额。2017-2021年,国内智能家居市场规模由3254.7亿元增至5800.5亿元,年均复合增长率为15.5%。预计2022年,智能家居市场规模可达6515.6亿元,同比增长12.3%。

逐渐淡出的三菱若错过红利期,是否还有翻身之日?相关专家认为,从三菱集团层面来看,该企业具有百年历史,涉足产业众多,家电产品萎缩对其影响不大。从财务数据看,2021年三菱日联金融集团营收465亿美元,同比增长25.33%;净利润约105亿美元。然而在家电领域,尤其是在中国市场的前景已黯淡无光。

资深产业经济观察家梁振鹏对北京商报记者表示:“严格来说,三菱在中国已经退出家电市场,如今三菱品牌产品在某些区域的少量出货,不过是依靠惯性维持。实际上,许多日本企业近年来都有明显转向,舍弃C端,将精力集中于B端。目前三菱更多考虑重工业、能源机械一类产业,家电已不是其关注的领域。”

有分析认为,30年过去,国内家电市场的空白早已被填补,无论黑电、白电,目前都需要面临红海竞争,这也要求企业兼顾价格和品质。对于三菱等日企而言,无疑是难以平衡的两端。

北京商报记者 金朝力 王柱力