

# 汽车产业开始进入调整期

贾新光



2011年对汽车行业来说应该属于一个平庸的年头,没有大喜,没有大悲,有的企业很失望,因为经历了那么长时间的高速增长之后,好日子似乎开始成为过去;媒体的记者很失望,因为缺少可以上头版爆炒的新闻;消费者很失望,因为拥堵、燃油涨价、停车困难等日益成为

每天摆脱不掉的烦恼,“三包”办法喊了10年也不出来……

增速放缓,可能是今年的汽车市场最热的话题,所有的回顾和盘点都离不开这一点。2009年年底,发改委网站上的文章题目是“汽车工业高歌猛进”,那一年我们夺得了新车销售量第一的桂冠,然而一年之后,发改委口风骤变,开始谈能源供应的困难、产能过剩的不良后果,没过多长时间,北京市就开始摇号限购。业内一些人士开始探讨“汽车与社会的和谐发展”问题,汽车学会的负责人付于武认

为:“今年不是汽车市场的拐点,而是进入重要的调整期。汽车工业要与城市规划、交通管理、消费政策等社会各方面协调起来,不协调就不可能持续发展。”在这样一个正处于转折和有里程碑意义的新时期,如何加快转变汽车工业发展方式,明确战略定位和主攻方向,需要我们深入思考一些问题。比如,汽车发展和城市交通的协调问题、自主创新和对外开放、传统汽车和新能源汽车发展、汽车行业结构优化和布局等问题。

北京市摇号限购,不是一座城市孤立的行为,

也不是一个单独的事件。全国667座城市,现在在2/3交通拥堵。除一线城市外,成都、武汉、重庆、西安、兰州等二三线城市的拥堵也非常严重。全国约1/5的城市大气污染严重,113座重点城市1/3以上空气质量达不到国家二级标准。世界上任何一座城市,即使公交、地铁、停车场、道路等建设再快,也无法承受一年之内增加近几十万辆汽车的局面。不管交通设施如何完善,一座城市的交通总有一个临界点,汽车行业应该接受这个现实,适应这种特殊规律,使汽车产业发展建立在与社

会和谐的基础之上。

今年很多人又开始为自主品牌的命运担忧。作为汽车生产大国,依然缺少自主知识产权产品和知名品牌,有人认为汽车行业与其他一些行业的创新成果有很大差距,如我国100万千瓦超超临界发电设备、100万千瓦核电设备、800千伏安直流输电变电设备、70万千瓦水电设备、高速铁路成套设备、全自动大型覆盖件冲压生产线等都是世界领先水平的装备,许多产品核心技术已实现自主化。汽车工业由大变强的关键和核心是自主创新能力的强大,在这方面汽车

行业要迎头赶上。

分析人士认为:这几年汽车行业生产集中度有新提高,主要是靠一些大集团快速扩张,但这些扩张不是建立在兼并和整合上,而是在一些地方设新点、建新厂。过去10年,汽车行业整车企业数量一直在原位徘徊,有增无减。汽车工业要做强,就必须调整好产业结构,更有效地配置资源,形成较强的竞争力。

今年还有许多未完待续的篇章:三包、汽车召回办法修订、新能源车的市场化等等,这使人们对新的一年更加期待。

## · 一周声音 ·

任勇:

### 东风日产明年将启用全新组织架构

“东风日产明年将冲击年销售100万辆的目标,增幅近25%。”日前,在东风日产花都第二工厂投产仪式上,东风日产乘用车公司副总经理任勇透露了明年企业冲百万辆的销售目标。据悉,该百万销量目标来自于东风日产花都第二工厂正式竣工投产带来的产能保障。同时,任勇还透露,东风日产将于明年1月1日起启用全新整合的组织架构,将区域市场的各项管理功能权力下放。

**点评:**对于东风日产来说,产能不足一直以来是制约其市场发展的重要因素,而于去年启动的花都第二工厂的建设项目,终于可以在2012年为销售提供足够的保障。据悉,新工厂投产后,东风日产花都工厂的整车产能将在2012年将达60万辆,后续年产能将增至67万辆。

安铁成:

### 一汽-大众对集团将具有重要支撑作用

“当前一汽集团正处于整体上市的关键时期。一汽-大众2011年的经营业绩对集团上市后的股价具有重要支撑作用。”在近日公司召开的高级经理工作会议上,一汽-大众总经理安铁成这样诠释一汽-大众实现产销百万辆对于集团实现整体上市的关键意义。12月22日,一汽-大众迎来了第100万辆车下线,比既定时间提前了一年。

**点评:**在国内的合资车企中,一汽-大众被公认为是最赚钱的,同时也是一汽集团旗下合资公司中当仁不让的盈利龙头。安铁成的话除了证明业界对于一汽集团可能在明后年实现整体IPO的猜测外,也再次肯定了一汽-大众在集团中的重要地位。

高桥一哉:

### 斯巴鲁今年在华销量约5.8万辆

斯巴鲁(中国)市场企划部部长高桥一哉在接受媒体采访时透露,斯巴鲁明年2月份将在中国引入XV车型,厂家希望明年的销量增长能超过今年。“明年加上这款车型的话,我们希望超过今年,继续成长。现阶段的计划是6.2万辆。”高桥一哉说。斯巴鲁预计今年全年销量约为5.8万辆,而2010年这个数字是5.7万辆。

**点评:**近几年斯巴鲁在中国市场发展飞快,据其5年发展计划显示,2016财年斯巴鲁全球年度销量要达到90万辆,其中在中国的销量目标为18万辆。如此,光有进口车型显然是不够的。有消息称,眼下斯巴鲁与奇瑞的合资项目正在紧密进行中。

商报记者 王万利

## 纸上谈车

# 合资品牌百万竞争时代来临

蓝朝晖



国内合资品牌未来产能的扩张,取决于汽车巨头们的中国战略,更显露了他们对中国汽车市场增长的信心。

近日,伴随着东风日产乘用车公司副总经理任勇正式公布2012年东风日产销售目标为100万辆,中国汽车市场明年将出现5家产能达到百万辆级别的单一品牌企业。

虽然今年中国汽车市场整体增速放缓,但合资

企业的增长却并未受到影响,而且不少车企依然遇到了产能瓶颈。其中,上海通用、上海大众、一汽-大众的产销量率先突破了100万辆大关。而在明年,东风日产、北京现代也将加入到100万辆的行列。

细心看中汽协的统计数据不难发现,上述5家企业也是目前国内销量排名前五的乘用车企业。另外,丰田将通过一汽丰田和广汽丰田两家公司使产能达到百万辆,在中国市场有所成就。本田虽暂时不打算在中国建厂,但会视销量提升两家合资企业产能,预计总产能可以提升70万辆以上。今年新建工厂的福特,第三

工厂建成后,产能将达到60万辆,也是急于在中国有所作为。

合资品牌的扩张,自然与自主品牌短兵相接,对自主品牌而言恐怕不是个好消息。这几年自主品牌狭义乘用车的市场占有率约30%,广义乘用车为40%-44%,这些比例说明自主品牌和合资品牌仍处于一个相持阶段。但伴随着产业扶持政策逐步退出,自主品牌与合资品牌的差距恐怕越来越大。

不过,合资企业远不是扩张产能那么简单,在各跨国品牌军备竞赛般扩张产品线的背景下,产品开发能力、品牌营销能力、投资管控能力、网络管理

能力、售后服务能力,这些能力都将是考验企业经营能力的关键。

与此同时,中国汽车市场的合资远未停止,菲亚特与广汽、长安与PSA集团的合资公司也将在两年后逐渐建厂。而排在后面的还有斯巴鲁、路虎、克莱斯勒、雷诺等尚未合资的品牌。

可以想象,随着跨国品牌在中国的加速建设,这些汽车企业的产能将会在未来几年内得以迅速提升。合资品牌新工厂建成和投产的百万辆规模爆发,必将为具有规模化优势的厂商带来更低的原料采购成本和更强的生产和竞争力,而这也为中国车市的洗牌做好了准备。

# 豪华车为中国“定制”

钱瑜



在美国的豪华车市场已经下去了,中国将会成为全世界最大的豪华车市场。开拓好中国市场是我们的使命”。

值得关注的是,在这新一轮的豪华品牌扩张战略中,小排量车型的引入成为了主角。似乎就在不经意间,豪车品牌那种高高在上的感觉正在逐渐淡化,取而代之的是越来越多的微型车和越来越亲民的价格,豪车为何开始如此亲民?答案只有一个:高高在上的形象不利于市场份额的进一步扩大。

于是,用更快的速度引进中国消费者喜欢的,更具有竞争力的小排量车型,以在豪车市场的竞争中占据

一席之地,成为了车企们今年的首要任务。

今年2月底,宝马MINI COUNTRYMAN正式在全国上市,至此MINI在中国共有4个车系12款车型在售。为了能够提升Smart的销量,奔驰选择与科比签约,让其正式成为Smart中国区品牌大使。

不过,奥迪也盼来了属于自己的最小车型,10月9日,奥迪A1在国内上市,这是奥迪家族中价格最低的车型,奥迪A1的到来使宝马MINI和奔驰Smart承受了巨大的压力。

此外,为了能够在销量上快速提升,宝马和奔驰也加大了国产化的比例。宝马新工厂正在建设

过程中,到2012年宝马在中国将有15万产能。奔驰也在年初加强了对中国的投资力度。7月份,北京奔驰发动机工厂正式奠基,这是奔驰在德国本土外的首个海外发动机工厂。除了宝马和奔驰,11月初,英菲尼迪宣布其全球总部将落户香港。

豪华车企如此“豪赌”中国市场,其赌注无疑是国内豪车市场的高速增长。从目前的情况来看,与之前一窝蜂地引进产品不同,豪华车企们也开始考虑中国市场的特殊性,希望通过“定制”适合中国市场的产品和策略,来达到其扩大市场占有率的目的。

本版漫画 韩玮