

编辑 蓝朝晖 美编 张彬 责校 张京丽 电话:84285566-3202 sbsdcar@vip.sina.com

专家视角

1月汽车产销量不能判断全年行情



汽车产销情况时提出,从数据上分析,1月份产销数字虽难看,但属正常。他建议结合1月和2月份数据,将能更好地说明汽车产销趋势。

其实,比较之下,1月份的汽车产销数字应该还是比较好看的。按照惯例,春节在每个月,那个月份的汽车产销量就会是全年最低水平。2010年的春节在2月份,2月份当月汽车生产120.61万辆,环比下降25.3%;销售121.15万辆,环比下降27.2%。今年1月份同

最近公布了1月份的汽车产销数据,其中汽车生产129.94万辆,环比下降23.2%,同比下降27.47%;销售138.98万辆,环比下降17.75%,同比下降26.39%。汽车工业协会秘书长董扬在分析1月份

贾新光

去年2月份相比,产量增加7.73%,销量增长14.72%。

即使是1月份同比,也有不可比因素。2011年1月份的产销量在161万辆左右,同比增长11%,这个增长是在2010年全年增长30%的基础上出现的,而且由于三大政策推出,2010年12月份产销超过180万辆,呈现翘尾,而很大一部分销量在1月份来实现,比如北京,2010年12月份很大一部分销量是作为备案车在1-2月份陆续交货的。如果扣除这个因

素,今年1月份产销的下降幅度应该只有10%左右,在多数厂家春节放假延长,平均生产仅有15个工作日的情况下,这个下降幅度已经可以忽略了。

2011年,汽车产量的增长幅度已经不到1%,销售的增长幅度不到3%。这个变化可以理解为三大刺激消费政策的推出,等于冷却了高温的市场,经历了两年超高速增长之后,从产能、购买能力方面都出现了超支,而2011年的平稳过渡,相当于过滤了

这些因素,因此2012年将恢复平稳增长态势。

另一方面,从主要厂家的计划看,增长幅度在5%-10%,这是一个比较冷静的判断。一些厂家在2011年受困于产能不足、地震灾害影响,今年逐步走出阴影,开始发力,比如至少有三家公司全年销量要超过100万辆,增长幅度都在10%以上。2011年长城等公司在出口方面取得较大突破,也会为今年国内生产的增长增添积极因素。1月份北京交易新车

52300辆,同比增长1.9倍,环比增长7.84%,二手车交易同比增长6.7倍,新车比例1:0.9,这预示北京今年新车交易将突破40万辆,比上年有较大幅度增长。

2012年确实存在汽车市场增长的不利因素,比如宏观经济继续减速,今年预计从9.2%进一步放缓到8.5%,进出口增长乏力,汽车市场本身也面临消费环境恶化,比如多座城市酝酿汽车市场会呈现小幅度增长态势。

·一周声音·

任施乐:戴姆勒完善了全球布局

2月18日,北京福田戴姆勒汽车有限公司成立大会在位于北京昌平沙河的福田汽车总部举行,中国商用车(中重卡)领域一个历经9年谈判的合资项目,终于挂牌落地。戴姆勒股份公司管委会成员兼戴姆勒卡车和客车总裁、福田戴姆勒董事长任施乐说:“与福田合资,是实现戴姆勒加大投资中国市场的承诺,由此,戴姆勒完善了全球战略布局。”据悉,福田和戴姆勒产品定位的不同,使得福田戴姆勒从一开始的定位就面向全球不同层次的市场,形成互补。

点评:福田戴姆勒成立后,福田欧曼中重卡将通过奔驰全球渠道销售到世界各地,而戴姆勒则可通过该项合作弥补其中端产品的不足,同时将其动力和技术、研发逐步渗透到中国市场。可见,福田与戴姆勒都会在合作中弥补自身短板,该合资项目实现的是真正的双赢。

董海洋:北汽将给经销商70%建店补助

“为吸引投资人,北京汽车将给予经销商高达70%的建店补助。相信这个政策将会鼓励和支持许多愿意和北京汽车一起努力的经销商。”日前,北京汽车股份有限公司副总裁董海洋表示,将为北京牌轿车的经销商提供高额的建店补偿。董海洋预计,在这一政策吸引下,北京汽车到今年年底有望建成80家轿车销售店以及100家微车销售店,这些店将采取“1+N+X”的网络销售模式,即在形象建设达标的前提下,展厅面积缩小,更多以商圈好的底商为主,以病毒效应逐步覆盖三四级市场。

点评:为了助推“北京牌”尽快在市场上站稳脚跟,北汽集团今年大幅缩减了盈利预期,计划倾集团之力扶持自主品牌。通过分析不难看出,北汽集团此举的目的很明显,是为了促使北汽股份能在2013年实现整体上市。

蔡宾:雪佛兰还会向更高级别车型延伸

日前,上海通用雪佛兰迈锐宝上市。上海通用副总经理蔡宾说,“迈锐宝使雪佛兰的产品谱系更加完整,但雪佛兰不会到此为止,还会向更高级别车型延伸,这是中国显现更多细分市场所驱动的”。迈锐宝的推出带来了上海通用对雪佛兰品牌与别克品牌的一次重要调整。眼下上海通用的车型战略已由原来雪佛兰主攻中低端,别克主攻中高端,调整到了目前的雪佛兰将成为上海通用的冲量品牌,别克将主要承担公司打形象的品牌。

点评:上海通用规划显示,公司到2015年产销将达200万辆,其中雪佛兰品牌将引入13款车型,承担100万辆的任务。而迈锐宝无疑是一个漂亮的开始,这是一款能在别克君威和君越间实现很好平衡的车型。

本报记者 王万利

纸上谈车

校车标准还是要设门槛

蓝朝晖



国内首次针对校车的展览会再度引起了业内关注,而校车标准的讨论也进入关键阶段。有消息称,争议颇多的新校车标准有望3月份发布实施,按照修订后的标准,主流客车企业大多能达到。

新校车标准的降低,意味着校车的采购价格也会相应降低。一份调查数据显示:我国现有中小学生两亿多人,需要乘坐校

车的有几千万人,按照每辆车搭载40人来计算,校车需求高达百万辆,市场价值3000亿元。

3000亿元不是个小数目,如果分配给全国的车企也许还是杯水车薪。据悉,目前国内具有校车生产资质的企业共有42家,按平均分配,每家只有不到3万辆的规模。

然而,如果设立标准过高,势必会将部分车企挡在门外,校车的成本价格会高居不下。

在笔者看来,在国内采购校车资金渠道明确的前提下,校车标准要首先考虑的是安全。从此前校车安全草案讨论的情况看,对安全标准的降低无疑是一些

以标准、价格为借口的企业,意图争取自己的商业利益与市场机会。

在国内一些政策的制定上,政府部门也有自己的喜好,给谁钱和不给谁钱对于政府部门而言,都要考虑进去。如果采取普惠的原则,那么未来校车采购就有可能出现没有任何约束的情况,最后导致3000亿元的市场变成了一个烂摊子。

更何况,相比于普通客车,校车应该有更高的车身强度标准。美国校车要求车顶承压强度为客车整备质量的1.5倍。

如果对校车的标准不加以限制,随着需求的逐步释放,进入产品公告的

校车企业和产品还会不断增加。对于屡屡为企业一窝蜂投机、产能过剩感到头疼的主管部门而言,如何避免国内车企一窝蜂挤入校车市场,将成为难以回避的监管问题。

其实,校车标准还是应设立一定的门槛,起码应具备客车底盘资质、技术研究中心、销量规模等规定,因为校车在安全性方面比普通客车的要求更高,需要客车企业有更强的技术实力做保证。对于校车标准,从无到有,虽然前期标准严格,投入会多一些,但最终的目的是对儿童的安全负责,同时也是对中国校车产业的未来发展负责。

中国汽车工业应该直面问题

钱瑜



业的极大侮辱”。

我们并不需要如此强烈的反应,中国汽车工业和国外相比确实落后,这一点我们必须承认。但有一点世界也必须承认,经过几十年的发展,中国汽车工业已经有了“脱胎换骨”的变化。

其实,“Top Gear”制作中国汽车节目也是有目的的,2010年和2011年连续两年成为世界第一大汽车市场,中国吸引着全世界的目光,“Top Gear”的动机很明显,“沾沾中国市场的喜气”。

有媒体揭了“Top Gear”的“老底”,该节目是英国BBC的一档汽车节目,最初只是一档中规中矩的传统汽车节目,2001

年,BBC因收视率过低而宣布关闭了这档节目。2002年该节目重新改版推出,在杰里米·克拉克森、詹姆斯·梅和理查德·哈蒙德的主持下,加上试车手斯蒂格,这档节目才重新站住脚。

这就难怪“Top Gear”盯上中国市场了,借助全世界对第一大汽车市场的关注,来提升节目的关注度。但是,如果仅对中国市场“歌功颂德”,关注度自然不会高,于是,中国汽车工业的仿造和安全两大问题变成了节目调侃的重点。

在节目中,主持人身上穿着假阿玛尼衣服,戴着假雷朋眼镜,背着假LV袋子,拿着iPad与iPhone的山寨版,引出了中国自主

品牌部分仿造车型。该节目认为,中国现在部分汽车生产商在设计方面,均在抄袭国外车企的成熟车型。而关于安全性方面,该节目称,中国的碰撞测试与欧洲相似,只不过是碰撞时的速度要慢很多。

其实,应该感谢“Top Gear”,它让中国汽车工业在高速发展过程中再次看到了自己的不足,而不会因为自己取得了部分成功就慢下来。

“走自己的路,让别人说去吧。”按照目前的发展速度,在不久的未来,中国汽车工业就会给欧洲汽车工业带来挑战。等到那时,这种批评的声音自然就没有了。

本版漫画 韩玮