

# 并厂歇工 神龙汽车“开源节流”忙脱困

## 武汉工厂仅剩1家

近日,有消息称,为应对困局神龙汽车正在启动裁员,而位于武汉的一工厂也将由政府回收,土地性质改为商业,所形成的增值收益由政府与神龙汽车各获50%,预计补充现金流49亿元。

对此,神龙汽车相关负责人告诉北京商报记者:“目前一工厂并未停工,我们计划将一工厂产能搬迁至三厂,原因是产能利用率不足。同时,武汉一厂还拥有居民生活区、商业服务区、卫生教育区等。至于交给政府,目前还停留在讨论阶段,正与股东和开发区沟通”。同时,该负责人表示,这是神龙汽车节流举措的一部分,为尽快走出困境、扭转不利局面,公司正重新调整规划,制定务实的、循序渐进的目标和行动。

据了解,作为东风集团与法国PSA集团合资的神龙公司,旗下拥有四座工厂,一至三工厂均位于武汉,四工厂位于四川成都,四家工厂综合产能高达95万辆。但由于销量下跌导致产能利用率不足,神龙汽车压力倍增,一度传出裁员的消息。对此,神龙汽车相关负责人对北京商报记者表示,神龙汽车没有裁员方面的考虑,目前采取的是人员分流和临时性歇工政策。对于歇工政策,目前仍在各部门工会征求意见,神龙汽车的所有方案都是按照国家法律法规,将保障员工合法权益。

北京商报记者了解到,除一工厂将产能迁至三工厂外,目前二工厂也已经处于休眠状态;“去年下半年二工厂开始休眠,已经没有了在该厂生产的车型,人员也分流至新岗位工作”。神龙汽车相关负责人表示,对于未来二工厂的规划,神龙汽车方面表示目前尚未讨论其他安排。随着二工厂从去年下半年开始“休眠”,这意味着在一工厂产能并入三工厂后,神龙汽车在武汉总部的三大工厂将只剩一家处于正常运转状态。

## 利润骤减渠道收缩

实际上,神龙汽车对工厂进行合并“休眠”,与在华所面临的困局不无关系。作为最早的合资车企,神龙汽车自1992年成立

针对近日一份有关神龙汽车将关闭工厂,通过裁员缓解亏损局面的内部文件,8月12日神龙汽车相关负责人向北京商报记者证实,由于产能利用率不足,位于武汉的一工厂将搬迁至三工厂,目前人员方面正进行分流和临时性歇工,这也是神龙节流举措的一部分。

作为中国最早的合资汽车公司之一,神龙汽车曾创造了71万辆的年销纪录,然而在内外问题叠加下,今年上半年神龙汽车销量不足7万辆,这家拥有近30年历史的合资车企正在经历“阵痛期”。据了解,为寻求转机,中法双方股东一直在做战略调整,但在中国汽车市场整体下行的情况下,神龙汽车面对的局面更加严峻。



以来,已经经历了27个春秋。神龙汽车曾凭借雪铁龙富康与大众捷达、桑塔纳组成了国内私家车的“三剑客”。2014年,神龙全年销量达70.4万辆,较2013年的55万辆同比增幅高达28%,2015年销量曾一度达到71万辆。但是,此后神龙汽车业绩开始走下坡路。2018年,神龙汽车总销量仅为25.3万辆,同比减少32.89%,仅完成当年销量目标的一半。

从2015年71万辆的销量顶峰,跌至2018年25.5万辆低谷,三年时间神龙汽车逐渐被边缘化,2018年神龙汽车亏损高达36亿元。2019年上半年,中法股东对神龙进行了一系列组织架构和高管调整,但效果仍未显现,产品销量和公司利润仍在下跌。数据显示,今年上半年神龙汽车销量仅为6.3万辆,同比再次下滑超过60%,亏损幅度扩大至25亿元,一年半时间神龙汽车已经亏损60亿元。

由于销量逐年下滑,加之国内车市增速整体放缓,神龙汽车旗下经销商的生存

环境也愈发困难。北京商报记者走访了解到,为提振销量,神龙汽车旗下经销商不得不赔本卖车以求资金回笼,新车到店就能开出3万元的优惠力度。一位东风雪铁龙4S店负责人表示,东风雪铁龙各4S店压力都很大,很多都处于亏损状态。同时,经销商盈利亏损,也导致神龙汽车旗下渠道收缩。据了解,神龙汽车原本有约1000家4S店,由于销量逐年下滑,4S店数量已减至约700家。上述经销商负责人对北京商报记者表示:“此前北京还有十几家店,目前只剩5家”。

## “困兽”寻出路

神龙销量的“走失”,与PSA集团在全球销量的增长呈现巨大反差。面对窘境,合资双方神龙汽车与PSA集团开始为神龙汽车自救开出“药方”。面对在中国市场的下滑,PSA集团方面表示,正与合作伙伴共同努力改善目前的状况,并降低合资公司的

盈亏平衡点。

从2018年底开始,一场以人事变动为核心的组织架构调整开始:神龙公司总经理、执行副总经理变更,商务、采购、行政等部门负责人,以及标致和雪铁龙两大品牌的中法方负责人也全部换血。神龙汽车还裁撤了品牌商务部,合并成为商务中心,以此提高营销决策的效率。此外,公司还在节流上做了大量的工作,让神龙公司的财务质量更健康。

同时,为应对压力神龙汽车早已开启人员分流方案。神龙汽车相关负责人对北京商报记者表示,今年上半年,神龙汽车已启动人员分流,并向东风本田、东风越野车公司支援了部分富余工人,未来还会在集团统一协调下进行其他分流:工人分流是根据支援方的工种需求,不只是一厂,其他整车工厂和动力总成工厂都有工人参与。”该负责人对北京商报记者表示。

此外,在2019年初经营管理会议上,神龙汽车宣布2019年销售目标为23.5万辆,

以求降低销量从而给经销商减压。同时,为迅速扭转因经销商退网导致的渠道力孱弱的现状,神龙汽车还计划推行东风雪铁龙和东风标致双品牌4S店,即一个4S店可以同时售卖双品牌的车型。双品牌店能够大幅降低经销商投资门槛和运营成本,改善收益。

PSA集团主席唐唯实对目前神龙汽车面临的困局,多次公开表示,PSA集团“绝对绝对”不会放弃中国市场。“通过标致和雪铁龙品牌,在中国市场耕耘已经有几十年了,在此过程中,我们肯定会遇到困难,遇到一些运营上的问题,但我们绝对不会放弃,我们会一直在这里。”唐唯实曾公开表示。

尽管PSA和东风方面都在尽可能地做出努力,扭转当前困局,但效果依旧不明显。数据显示,2019年上半年神龙汽车销量为6.3万辆。与此同时,中国车市的下滑幅度也在加剧,2019年上半年同比下滑12.4%,神龙汽车的复兴计划遭遇巨大挑战。业内人士认为,面对利润的严重亏损,神龙汽车合并工厂、分流员工都是为了尽可能“节流”,但如何实现“开源”才是神龙汽车的重任。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,神龙主要的问题还是在于产品导入过慢,如果产品导入速度不能跟上中国市场节奏,将很难挽回销量败走的局面。同时,在品牌上PSA和神龙此前对于品牌的规划还是过于混乱,需要重新梳理提升品牌价值。

北京商报记者 刘洋 实习记者 刘晓梦

## 新品牌发布 华人运通开打“突围战”

北京商报讯(记者 刘洋 实习记者 刘晓梦)随着华人运通新品牌落地,国内新能源车市场在迎来新成员的同时,这家“不走寻常路”的企业也正式加入到激烈的新能源战场中。华人运通近日发布全新品牌高合HiPhi,同时旗下首款量产定型车高合HiPhi 1全球首发,该车定位豪华全域智能纯电超跑SUV。按照华人运通的规划,高合HiPhi 1或将在明年下半年开始量产,并在2021年投放市场。

北京商报记者注意到,相较于国内造车新势力企业“跑马圈地”的商业模式,华人运通选择“技术先行”。在华人运通董事长丁磊看来,真正的智能汽车应该能够成为城市的节点,能够无缝连接互联网、物联网和能源网,成为未来城市的一个个节点,将车、路、城真正连接起来,实现数据和能源的自由流动。

丁磊在接受北京商报记者采访时表示,作为华人运通旗下新品牌首款量产定型车,高合HiPhi 1将提升车、路、城的连接能力。实际上,造车是一个重要方向,但并非只是华人运通未来发展的全部。丁磊认为,新能源、人工智能、5G网络的发展和突破都将深刻地影响和推动

整个行业的发展。早在2018年10月,华人运通就发布智慧城市、智能交通、智能汽车三大战略,包括车路协同、自动驾驶、人机交互、四轮转向等多项技术。

对此,汽车行业专家颜景辉表示,目前造车新势力的发展逐步进入市场检验期,首款产品的市场表现很重要。造车新势力有别于传统车企,在互联网IT领域有着一定优势,这也是很多新势力传播的卖点,在创新能力上吸引更多的消费者来关注。

北京商报记者注意到,虽然成立于2017年的华人运通还是一位“新人”,但其背后却有来自传统汽车背景的支撑。据了解,2017年悦达集团与华人运通就通过股权合作,开展新能源汽车生产制造等。今年6月17日,悦达集团、东风悦达起亚和华人运通共同宣布,就新能源汽车生产制造、供应链等领域展开多方面合作。而通过与悦达集团及东风悦达起亚的合作,华人运通也解决了其生产资质以及生产基地问题。

然而尽管华人运通造车资质落地,但作为一家刚刚起步的新造车企业,华人运通在产品的进度上明显落后。目前蔚来、小鹏汽车、威马汽车、理想智造均

已经进入量产车交付阶段。但根据华人运通的规划,首款高合HiPhi 1在2021年才会上市。

对此,丁磊在接受北京商报记者采访时表示:“没有什么晚不晚的事情,这个市场永远需要好的产品,我们打造的是和传统车完全不同的产品。”丁磊认为,2021年将是智能汽车与新能源汽车真正的元年。国家对新能源汽车的扶持从单车补贴正在转向对行业和产业的支持,这是一个必然的过程。在经历了2020年补贴退坡和过渡后,到2021年市场会更成熟,运用新技术会更充分,新能源车会在这两年出现重大突破。

虽然在丁磊看来华人运通产品出现的时间节点恰到好处,但业内人士表示,量产定型车与真正的量产车型仍有一定差距,量产、交付能否顺利实现并获得市场认可,仍是华人运通作为车企的关键。未来的新能源车市场机会确实会越来越多,但入局较早的企业仍然在占领市场和吸引消费者上有一定优势,新能源车市场也不仅有新势力企业,更有不少传统企业入局,竞争愈发激烈。华人运通能否在未来突围市场,关键还是在于其产品是否能赢得市场的认可。

## J.D. Power:中国新车质量大幅提升

北京商报讯(记者 刘洋 实习记者 刘晓梦)近日,消费者洞察与市场研究机构J.D. Power发布2019中国新车质量研究SM(IQS)显示,中国汽车行业新车质量问题数明显减少,整体新车质量大幅提升。研究包含的67个汽车品牌中52个品牌的表现优于去年。

据了解,2019年已是J.D. Power连续第20年开展中国新车质量研究(IQS)。该研究重点考察拥车期为2-6个月的新车车

主遇到的质量问题,新车质量得分以平均每百辆车问题数(PP100)表达,得分越低,表明问题数越少,质量也越好。

该研究显示,今年行业平均新车质量得分为95个PP100,比去年减少10个PP100,提升幅度高达10%。8个研究类别中的6个类别都有所提升,其中改进幅度最大的是车内饰(减少2.9个PP100)、音响/通讯/娱乐/导航(减少2.9个PP100)和座椅(减少2.2个PP100)。

## 广汽本田助力儿童道路安全公益行

北京商报讯(记者 刘洋 实习记者 刘晓梦)随着我国家庭汽车保有量的持续增长,儿童乘车安全问题也日趋严峻。为倡导道路交通安全理念,由广汽本田汽车有限公司等单位共同发起的“梦想童行——2019儿童道路安全公益行”,近日在京正式启动,让更多孩子从小培养道路安全意识,提升自我保护能力。

“梦想童行——2019儿童道路安全公益行”活动,旨在为儿童普及道路出行的安全知识,以“知危险、会避险”为核心,基于全面体系的专业课程,以“主题动画”“儿童情景剧”“道路安全课”“安全知识卡”“道路安全游戏棋”等多种形式,以及一系

列普及推广举措,与社会各界共同保护儿童道路出行安全。

自2015年起,广汽本田携手广州交警共同推进“小手拉大手”交通安全公益项目,以“教育一个孩子,带动一个家庭,影响整个社会”的教育模式促进“零事故”的和谐交通安全梦想落地。

广汽本田执行副总经理郑衡表示,面对最新的安全形势和挑战,广汽本田通过携手广汽中心等国内外权威机构与公益项目,将以五年内覆盖国内10省份、影响人次超千万为目标,加速交通安全知识普及,在更高视野,以更大力度更精准地开展儿童交通安全公益推广。