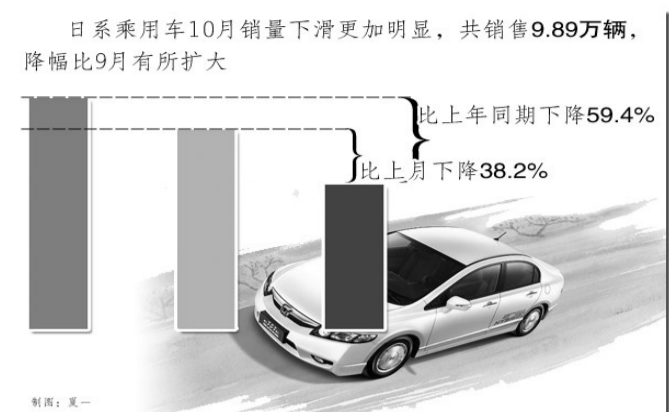
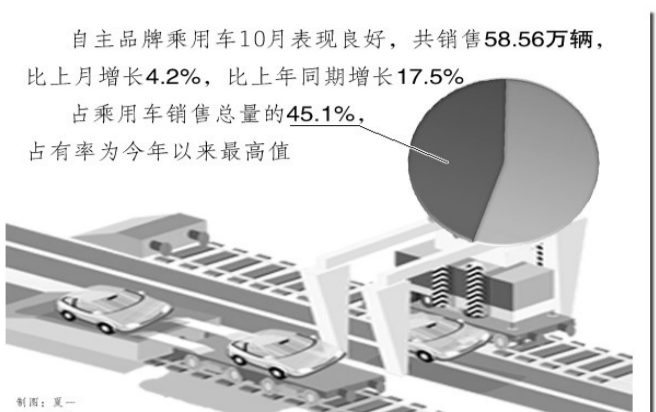


月度行业数据分析

自主品牌继续回暖 乘用车市场份额创新高

本报记者 杨志阳



中国汽车工业协会日前发布的数据显示,10月我国汽车产销整体表现平稳,当月汽车产销158.7万辆和160.6万辆,比上月分别下降4.5%和0.7%,比上年同期分别增长1.1%和5.3%。其中,日系车市场份额下降更加明显,自主品牌继上月良好表现之后,延续了回暖态势。

统计显示,10月乘用车产销分别完成128.02万辆和129.89万辆,比上月分别下降5.4%和1.3%,比上年同期分别增长1.5%和6.4%。从各车型生产情况看,与上月相比,只有交叉型乘用车高于上月水平;与同期比较,多功能乘用车(MPV)是唯一下降车型,降幅接近20%。从销售情况看,轿车和运动型多用途乘用车(SUV)低于上月水平,MPV和交叉型乘用车有所增长;与同期比较,MPV下降7.1%,其余车型增长明显。

令人欣慰的是,10月商用车市场需求有启稳的迹象,产销累计增速继续延续了收窄趋势。当月商用车产销分别完成30.68万辆和30.71万辆,生产比上月和比上年同期均下降0.5%,销售比上月增长1.6%,比上年同期增长1%。从商用车各车型产销情况看,客车生产均高于上月和上年同期水平,销售比上月下降10.8%,比上年同期增长1.4%;客

非完整车辆产销量均低于上月和上年同期水平;货车产销较好,均高于上月和上年同期水平;货车非完整车辆只有销售高于上月水平;半挂牵引车虽比上年同期仍呈现30%以上的下降,但比上月产销增速分别达到18%和19%,有逐步恢复的趋势。

更值得关注的是,自主品牌市场继上月良好表现之后,延续了回暖态势。10月自主品牌乘用车销售58.56万辆,比上月增长4.2%,比上年同期增长17.5%,占乘用车销售总量的45.1%,占有率为今年以来最高值,比上月提高2.4个百分点,比上年同期提高4.3个百分点。其中,自主品牌轿车销售28.32万辆,比上月增长0.8%,比上年同期增长14.9%,占轿车销售总量的31.3%,市场占有率比上月提高1个百分点,比上年同期提高2.6个百分点。

针对钓鱼岛事件所带来的负面影响,尽管日系车企推出了一系列安抚新老车主的措施,但消费者似乎并不买账。本月日系乘用车销量下滑更加明显,共销售9.89万辆,与上月相比下降38.2%;与上年同期比较,下降59.4%,降幅比9月有所扩大。其中广汽丰

田、一汽丰田、东风本田和东风日产销量降幅均超过30%,市场表现尤为低迷。与此形成鲜明对比的是,德系、美系、韩系和法系增速均超过20%。日系车能否恢复元气,看来仅靠一时应对之策还很难立竿见影。

需要指出的是,虽然10月汽车出口比上月回落,但与上年同期相比,依然保持了较快的增长速度。10月汽车企业出口为8.67万辆,比上月下降21.1%,比上年同期增长24.4%。1至10月出口87.14万辆,比上年同期增长27.5%,全年有望突破100万辆大关。

自主品牌要加快积累

——访北汽集团总工程师高卫民

高卫民:我认为这并不矛盾,汽车自主品牌在技术方面确实离外资先进企业还有差距。有些自主品牌企业手上也有充足的资金,完全可以去购买一些先进技术,这是非常正常的思维方式。比如做一件棉衣,用不着自己先去种棉花,直接去买布就可以了。引进、消化、吸收、再创新只是企业在不同发展阶段采取的发展方法,并无好坏之分、高下之别,只要适合自身发展实际就行了。当然,在消化吸收的过程中必须培养自己的创新能力,要有知识的积累、人才的积累。

在来北汽之前,我在上汽工作了十多年,经历了上汽自主品牌汽车开发的整个过程。我认为只有自己有技术积累,在商务谈

判中,外方才会尊重你,才能懂得外方所谓的知识产权是怎么回事。从本质上看,知识产权是在现代社会发达国家控制发展中国家的重要途径。一谈知识产权,就牵扯到合同内容,真正交易中会发现所谓知识产权是个模糊的概念。有些公司把图纸也列入知识产权,一样东西分几套卖。由于我们不懂,就要花高价去购买。但我们有技术积累,议价能力就能大大提升。

北汽做自主品牌虽然晚了点,但起步不低,而且有后发优势,这种优势在于能够吸取他人的经验,少犯同样错误,这样发展的平均速度就会快些。

文/本报记者 梁睿

汽车自主品牌战略研讨会举办

本报讯 记者梁睿报道:日前,由中国汽车报社主办,北京汽车股份有限公司协办的2012中国自主品牌高端化发展战略研讨会在京举行。

2012中国自主品牌高端化发展战略研讨会将“开放、责任、信心”作为本届研讨会主题。中国汽车工业协会副秘书长李万里、资深品牌运营专家郭汉尧、新华信总裁林雷、北京航空航天大学交通科学与工程学院副院长徐向阳针对中国自主品牌汽车创新发展作了主题演讲。北汽集团公司发展研究总监毛海、长安汽车新闻发言人谭本宏在会上发言。

豪华车品牌定位高峰论坛召开

本报讯 由寰球汽车传媒主办,中国汽车市场杂志社、汽车商报社承办,凯迪拉克品牌协办的“创新智道 社会文化思潮与豪华车品牌定位高峰论坛”日前在京举办。

凯迪拉克市场营销部部长陈威旭表示,凯迪拉克110年的历史,堪称是一部汽车标准、技术的进化史,同时也是一部汽车与文化、艺术、科技的互动史。专家认为,面对当前激烈的市场竞争,豪华车必须契合消费者的价值趋向、精神追求和消费心理,才能引领消费热潮。

(杜佳育)



重庆汽车产销量超全国平均水平

重庆市今年陆续出台多项稳增长措施,推动汽车工业持续增长。今年前三季度,重庆汽车产、销分别为141.9万辆和139.7万辆,同比增长13.6%和11.5%,分别比全国平均水平高出8.6个和8.1个百分点。图为工人在力帆汽车整车生产线上工作。

新华社记者 刘湧摄

实效比形式更重要

杨志阳

广汽与奇瑞日前正式签约,根据协议,双方将在整车开发、动力总成、关键零部件、研发资源、节能与新能源汽车、国际业务、生产制造管理等领域开展合作。这是我国汽车企业首个跨省的企业战略联盟,开创了中车企合作的新模式。

不过,笔者也听到了不少质疑的声音。质疑者认为,这并不是双方所称的“优势互补”,而是当下典型的“抱团取暖”。理由在于,作为曾经的自主品牌老大,奇瑞近年来的表现似乎并不尽如人意。奇瑞既没能像吉利一样开发出月销过万辆的帝豪,也没有像长城一样在SUV、皮卡等细分市场建立自己的品类优势,以至于今年10月在整车销量上已被昔日的小兄弟吉利、长城所超越。眼下奇瑞的经营状况并不好,特别是其与捷豹路虎合资,更显示出其自主发展信心的不足。

再看广汽,也是每况日下。广汽集团日

前发布的数据显示,由于市场景气程度持续较差,今年1至9月实现营业收入87亿元,同比增长13%;净利润18亿元,同比下滑29%。更要命的是,当前广汽主要利润来源依旧是广汽丰田和广汽本田两家日系车企,受钓鱼岛事件影响,广汽本田、广汽丰田9、10月份国内汽车销量分别同比出现大幅下滑,间接导致广汽盈利能力持续缩水。目前不管是销售还是利润,广汽已被排名第五的北汽集团远远抛在身后。

按照业界的说法,此次的战略联盟中,奇瑞看中的很大一部分就是广汽的资金实力,而广汽看中的则是奇瑞的自主研发技术及完善的整车生产和销售体系,此乃“优势互补”。表面上看,似乎很有道理,但是如果稍加分析,将这两家企业与国内几大汽车集团和跨国车企进行比较,不难发现其所谓的优势,并不具有多少含金量。有人称其“抱

团取暖”亦无可厚非。

然而,在笔者看来,优势互补也好,抱团取暖也罢,硬要争个脸红脖子粗,其实也无多大意义。问题关键是,此次的战略联盟能否真正实现资源共享,发挥叠加和重塑效应,增强彼此竞争力。

从国际上看,大型企业集团建立联合技术开发、项目合作、联合采购等多种形式的战略联盟已成趋势。最近标致雪铁龙和通用汽车就宣布,将推进双方在全球的战略合作:一是在共享汽车平台、零部件和模块基础上,共同开发四大通用平台,共享和共同开发可以大幅度节约开发成本;二是建立全球采购合资公司,双方联合购买力可达1250亿美元,联合采购可以大幅节约生产成本,预计5年内将实现每年节约20亿美元的成本。此前,雷诺和日产、宝马和丰田都展开了深层次的合作,也颇有成果。

那么奇瑞与广汽的此次联盟究竟能取得多大实效呢?仔细读罢此次双方签署的《战略联盟框架协议》及《技术合作与研发资源共享合作》、《动力总成配套和资源共享合作》两个子协议,笔者还是有些担忧,二者的联盟要想实现“共赢”还有不小难度。因为双方的合作还仅局限在较窄的范围,较浅的层面,随着双方未来处境发生变化,这种仅在汽车产业某些业务链条上的共享资源和互相借鉴的合作方式,由于其关系是较为松散,此前的合作诉求也极易容易改变。事实上,早年间,奇瑞汽车和江淮汽车同样签署过类似的合作协议,但最终不了了之。毕竟实际成果才是检验合作成功与否的最终标志。



项目正式获批

奇瑞捷豹路虎合资进入实质阶段

本报讯 记者董娜报道:11月18日,奇瑞捷豹路虎合资项目在江苏省常熟经济技术开发区举行合资项目奠基仪式。奇瑞汽车和捷豹路虎共同宣布,双方的合资申请已经正式完成了国家的相关审批手续。合资公司总投资额为109亿元,合资双方股比为50:50。同时,除了建立整车生产基地外,最为业界关注的是,合资公司还将建设联合研发中心,发动机生产基地,同时还将销售自产的捷豹、路虎以及推出全新的、为中国市场量身定制的合资自主品牌。项目预计于2014年建成投产。

奇瑞汽车股份有限公司董事长、总经理尹同跃与捷豹路虎全球首席执行官韦德共同对外宣布了合资企业定名为“奇瑞捷豹路虎汽车有限公司”。

对于奇瑞汽车,此次与捷豹路虎的合作是第一个与国外整车企业的合资项目,而捷豹路虎则是首度在海外建厂。捷豹路虎全球首席执行官韦德坦言,此次合作是捷豹路虎首次在海外设立生产基地,今后将根据中国市场进行产品的度身定制,因此选择的合作方必须具有丰富经验和实际操作技能。据了解,近年来,捷豹路虎在中国市场的发展势头迅猛。数据显示,2005年,捷豹路虎在中国市场的销量只占全球销量的1%,而捷豹路虎中国2011年销量增幅超过60%。今年上半年,捷豹路虎在华销量几乎同比翻番。

作为国内最大的自主品牌汽车企业,奇瑞汽车以其15年来在研发、制造、销售、营销等方面积累的宝贵经验,也为合资项目的顺利开展提供了保证。奇瑞汽车总经理助理、新闻发言人黄华琼认为,本次合资与以往汽车企业合资的最大不同之处,就是中方已有自身的技术积累。对奇瑞来说最重要的是,可以学到很多东西,快速缩短和世界先进水平的差距,这也是奇瑞实施其国际化战略的重要步骤。

技术取得新突破

首台碳纤维复合材料重卡车厢亮相

本报讯 记者杨志阳报道:我国首台配备碳纤维全复合材料车厢的自卸车近日在内蒙古包头下线,该车长8.6米,载重50吨,自重4.8吨,比金属箱体减重29%,这是复合材料在国内重卡车厢中首次成功应用,意味着我国复合材料在汽车轻量化领域的应用技术有了新的突破。

据包头德翼车辆有限责任公司董事长曹守军介绍,为实现复合材料在重卡领域的应用,在当地政府牵头和促进下,由包头德翼、北京蓝星公司和北京中材汽车复合材料有限公司三方于2011年4月11日签订项目合作协议,计划从公路运煤8.6米重卡自卸车入手,使用高性能纤维复合材料替代钢材部件,完成重卡自卸车车厢的研发并实现批量化生产,力争在实现重卡车厢安全及使用性不变的基础上厢体减重40%的轻量化目标。

作为项目阶段性成果,专家分析认为,此次推出的复合材料车厢集中展现了新四大创新特点:一是建立了完善复合材料建模、结构设计及应力分析技术体系,完成8.6米自卸车复合材料车厢结构设计以及在各种复杂工况下的应力分析数据模型,为车厢实体制造奠定了坚实的理论基础。二是车厢板单板采用了先进的复合材料成型工艺,首次引入新材料聚双环戊二烯(PDCPD),利用其优越的抗冲、耐腐蚀、耐磨等特点,有效提高了复合材料表面附着层的性能,拓宽了新材料的应用领域。三是充分挖掘碳纤维复合材料的特性,首次成功将金属材料与碳纤维复合材料进行无裂隙的混合应用。四是根据卡车轻量化的结构特性需求,成功生产出连续的大丝束碳纤维拉挤型材。

卡车轻量化是轻量化材料、轻量化结构设计、轻量化制造技术的集成应用。其中,新材料在轻量化进程中扮演主要角色。曹守军表示,在进一步完善该项目的同时,公司将投入半挂车、水泥搅拌车等专用车轻量化的研制,扩大复合材料在专用车轻量化领域的应用。

吉林市与金沙江基金共建新能源汽车园

本报讯 吉林市与金沙江创业投资基金日前在京签约,双方决定在吉林市建设新能源汽车产业园。根据协议,新能源汽车产业园区以电动汽车产业链为主线,建设项目包括新能源汽车整车生产基地、电池合资企业、动力电池芯生产企业、轮毂电机生产企业、汽车设计及研发中心、其他相关材料和产业配套等。

据介绍,新能源汽车整车生产基地年产能目标是50万台,明年产业园区将启动一期15万辆轿车新厂及研发中心建设,同时进行部分车型试制。

(李晴晴)

陕汽杯2012全国超级卡车越野大赛举办



11月12日,陕汽杯2012全国超级卡车越野大赛山东武城总决赛落幕。华夏银行ETC超级车队在最后关头向前反超之前排名总分前三的三支车队,夺得年度总决赛总冠军。

本报记者 杨志阳撰