



一周车事

数字:900万辆

新华社报道,中国机械工业联合会副会长、中国汽车工程学会理事长张小虞日前称,2007年,中国汽车产销量预计将双双突破900万辆。鉴于此,中国将在今年提前3年实现“十一五”汽车产销目标。统计显示,中国汽车产量已连续6年保持快速增长,2001年到2006年,中国汽车产量5年平均增长26%。2006年,中国成为仅次于美国的全球第二大新车销售市场,今年上半年,中国汽车累计产销量分别为445.67万辆和437.38万辆,同比增长22%和23%。

国际车坛

德国汽车制造商将遵守欧盟汽车排放新标准

争执许久的欧洲汽车尾气排放新规近日获得积极响应。德国汽车工业协会6日称,德国汽车制造商将遵守欧盟有关汽车尾气排放的新规定,生产二氧化碳排放较低的新车。今年2月,欧盟委员会公布了新的汽车排放标准,要求在欧盟境内生产和销售的新车平均二氧化碳排放量到2012年降至每公里130克。此举动立即遭到欧洲汽车行业特别是德国大排量汽车生产厂商的强烈反对。今年8月,欧盟委员会又提出了8个新方案,其中包括对超限排放的汽车制造商处以罚款。据悉,欧盟委员会将在本月内公布正式方案。据悉,今年夏季德国二氧化碳排放达标的新车销量比去年同期增加一倍。

车坛快讯

奥迪俱乐部结盟张裕

晨报讯 日前,百得利奥迪名仕俱乐部与张裕爱斐堡国际酒庄战略联盟签约仪式暨奥迪车主爱斐堡葡萄酒文化体验活动隆重举行。借助与百得利奥迪名仕俱乐部互动体验式营销合作的开展,北京张裕爱斐堡国际酒庄为奥迪车主带来了全新的社交礼仪及生活体验,同时也开创了高端酒庄分众体验营销的创新模式。张裕与百得利奥迪名仕俱乐部“葡萄酒+名车”的合作模式受到业内人士关注。对此,一些业内人士认为,北京张裕爱斐堡国际酒庄与百得利奥迪名仕俱乐部拥有同样的品牌背景,同样的目标人群及相近的营销模式,这是最终促成双方合作的三大基础。

安耐驰推出 消灭引擎干摩擦产品

晨报讯 针对中国私家车养护现状,近日安耐驰推出了新品系列消灭发动机干摩擦。安耐驰的新产品分为三款,分别是针对磨损车辆的修复剂、针对高档车的抗磨剂及经典升级版抗磨剂。这几款产品不仅能够切实解决车主的问题,更细化了抗磨剂市场,使中国私家车主得到更专业的服务。据悉,新品安耐驰实现了产品的四大改良:使用更简便;动力性能提升更显著;提高润滑油综合保护性能;保护发动机内环境。

“欧亚长征路 极地威志行”启程

晨报讯 天津一汽“欧亚长征路 极地威志行”日前在奥运体育场馆“鸟巢”前誓师启程。该活动由天津一汽承办并提供全程用车,由18名车手组成的威志车队将跨越欧亚两大洲,并完成中国汽车自主品牌首次穿越北冰圈的历史性使命。历经两个月,完成2万多公里的征途。这也是中国汽车自主品牌首度以车队形式与国外汽车制造企业友好交流的大型活动。

三菱戈蓝启动百万募捐活动

晨报讯 日前,旨在筹集爱心善款,“龙腾·乐动——三菱戈蓝·成龙慈善音乐盛典”在中国人民大学举行。东南汽车董事长凌玉章、总经理简清隆代表东南汽车向“龙子心”工程捐赠善款一百万元,并正式宣布在全国东南汽车经销商启动“买车献爱心,募捐百万善金”的公益活动。

中顺汽车亮相雅加达受青睐

晨报讯 8月22日,“2007中国技术装备展”在印度尼西亚首都雅加达国际展览中心举行,来自中国的中顺MPV等三款车型的亮相引来印尼当地媒体的极大关注。中顺汽车的CNG(压缩天然气)车型已经进入泰国,这种新燃料车型代表了中顺汽车的技术和研发理念。印尼汽车代理商和观众都对中顺汽车表现出了浓厚兴趣。

北京腾远奔腾4S店联谊会

晨报讯 日前,北京腾远奔腾4S店举行以“感受新奔腾,回馈老客户”为主题的“一汽奔腾周年暨08款上市庆典”活动。在这次活动中,安排了感受新奔腾的试乘试驾活动,为回馈老客户,北京腾远为奔腾忠实客户发放VIP售后服务卡及精美礼品,为在活动现场订车的4位客户赠送了车载保温箱。

全国乘联会8月数据显示——

10大车企8家销量同比超20%

晨报讯(记者 沈欣)据全国乘联会8月数据显示,在经历了7月的传统销售淡季后,国内车市在8月份实现了平稳增长,排名前十的汽车厂商共有8家企业同比增长达20%以上。

根据记者获得的8月份各企业最新销售数据:上海大众以42518辆重回销售排行榜榜首,一汽大众、上海通用、奇瑞汽车和一汽丰田分列二到五位,销量分别为42460辆、39662辆、27500辆和26446辆。

在销量前十位的企业中,东风日产同比增长最快,增长率高达93%,并在排行榜上前进一位排名第六。其主力车型TIIDA系列销售超过12000辆,新车型威威则达到4496辆。排名前三的上海大众、一汽大众和上海通用保持了平稳增长势头,1至8月完成销售都超过30万辆大关。广州本田同比增长了1%。按照计划,广州本田将于本周推出08款飞度和思迪,再战“金九银十”。在所有企业中,唯一出现同比下滑的是北京现代,负增长率达到30%。

而7月销售数据进行对比,前五名企业都出现了不同程度的增长,其中上海大众由上月的40004辆增长至42518辆,从排名第二重返为第一。一汽丰田增加了3000多辆,卡拉拉的潜能正在慢慢散发,而上海通用和奇瑞汽车都与上月基本持平。北京现代虽然同比负增长,但环比7月,则有1000辆的增长量。

根据市场上掌握的消息,目前包括广州本田、广州丰田、东风日产、长安福特等在内,近期将有10多款新车上市,本周发布以及宣布上市的重磅车型就包括:全新思迪和飞度、第三代蒙迪欧等。此外,北京现代汽车已经在上周再次拉低了伊兰特这款标志性车型的价格,使得经济型轿车市场陷入价格崩盘的危机,而包括一汽大众、上海大众等经销商也从上周开始,在终端市场上开始了小幅度的新一轮暗降高潮。种种迹象显示,在平稳过渡8月之后,国内主流车企正在厉兵秣马,准备迎接九、十月份的销售高峰。

晨报讯(记者 沈欣)据全国乘联会8月数据显示,在经历了7月的传统销售淡季后,国内车市在8月份实现了平稳增长,排名前十的汽车厂商共有8家企业同比增长达20%以上。

8月份汽车厂家销售前十名

Table with 2 columns: 厂家, 销量. 上海大众 42518, 一汽大众 42460, 上海通用 39662, 奇瑞汽车 27500, 一汽丰田 26446, 东风日产 24172, 广州本田 20628, 长安福特 18455, 北京现代 17414, 吉利汽车 16716.

特别策划

通用别克免息贷款、广本车贷降低10%利率……今年以来,各个汽车厂商不断推出新的车贷纷纷登陆车市。与几年前被叫停的汽车贷款不同,汽车厂商取代银行扮演了重要的角色。业内人士认为,国内各汽车厂家近期频频集中推出新车贷业务,无疑是看中优惠的汽车贷款能够给企业带来更多的客源和更大的利润,以增加企业产品在市场上的占有率并扩大企业本身的影响。

频频出击低利率贷款

车厂联手再造新车贷业务

车贷新模式纷纷登场

按揭购车,在国外是一种主流的消费方式,其实在国内消费者也并不陌生。2000年以后,国内车市大多数品牌都推出了首付30%以上还款期三年或5年以内的车贷。不过,由于手续繁琐、利息高、门槛高,再加上国家银行对于汽车信贷的管理更加严格,自2003年以后,车贷市场就呈现逐年萎缩的态势。去年,国内仅有一成的购车者愿意接受按揭购车,更多的是选择了全款支付,甚至在2004年到2006年期间很多银行逐渐停止了对个人汽车信贷业务的审批。

今年以来,国内汽车市场竞争更加激烈,再加上央行连续三次提高贷款利率,使得汽车信贷这项业务更是显得没有出头之日了。然而,就是在这样的条件下,汽车厂商开始动作了:3月,长安奔奔经销商推出低价车按揭,日供25元即可上路;4月,上海大众经销商推出POLO按揭,担保费、公证费、调查费、资料费、管理费等附加费用全免;8月上海通用全车系车型推出3年“免息”贷款;9月,广州本田“12345轻松贷”汽车个人信贷业务登场,个人汽车金融信贷最高能销售10%的优惠政策。

与三四年前的传统车贷相比,今年新推的车贷无论是在门槛上还是在还款方式上,都有了很大不同。比如,北京地区不少汽车金融公司新推的按揭,购车者无需房产就可办理按揭。上海通用别克车型则免除3年还贷期间的利息。甚至有的汽车厂商还在二手车的汽车信贷



上海通用已开始尝试在零利率车贷上做文章

上下了工夫,消费者能够凭借非常优惠的金融信贷购买二手车。

国际巨头抢滩汽车信贷

据统计,当整车制造业利润由于竞争降至3%到5%时,汽车金融业务仍能保持约30%的利润。正因如此,世界著名汽车厂商所属金融服务公司的利润往往比整车还要大。相比在中国市场再次掀起的汽车金融信贷风潮,其实在欧美的发展已经相对成熟。据了解,从1919年开始,美国汽车市场就已经出现了购车贷款业务。时隔近90年之后的今天,美国市场的贷款购车率已经高达80%至85%。德国的这一比例也在70%左右。作为新兴市场,印度占的汽车信贷用户在全购车者当中所占的比例也已超过了60%。

如今,中国汽车市场在购车贷款业务方面的巨大潜力也开始显现。据业内人士称,按照目前我国汽车市场10%的年增长率,到2008年,中国有能力购买汽车的家庭将达到4200万户,贷款购车的比例将从目前的低于10%攀升至50%。

面对这一巨大商机,跨国汽车巨头自然不会视而不见。出于拉动汽车消费以及融资考虑,各大汽车公司的金融业务板块加紧发力中国市场。

为了与银行购车信贷和其他汽车公司实现差异化、优势化的竞争,在利率普遍走高的市场环境下,甚至有个别汽车金融公司推出了“零首付、零利率”的购车贷款方案。其抢滩中国汽车信贷市场

的决心可见一斑。

自主品牌车贷瓶颈

对于国际汽车巨头对汽车信贷的巨大信心,行业内对于自主品牌的汽车信贷却感受不到丝毫春天的气息。行业内普遍认为,由汽车金融公司提供购车贷款的营销模式,令奇瑞、吉利等自主品牌车企望尘莫及。

从目前来看,多方融资以实现产能升级仍是奇瑞的头等大事。据悉,为了弥补资金不足的“短板”,奇瑞再次从国家开发银行得到了58亿元的贷款扶持,用于其新产品开发和产能扩张等事宜,并为奇瑞在2010年实现产能100万辆的目标提供资金保证。此外,为了顺利推进与克莱斯勒合作计划,进而开拓海外市场,奇瑞对资金的需求越发急切。若想在汽车金融领域有所斩获,奇瑞的确分身乏术。

除了资金力量薄弱之外,经济车型的产品定位也是汽车信贷难以突破的“瓶颈”。

“价值只有6万多元的经济性车型,用户多数是一次性付款,办理贷款的少之又少,因此,搞购车贷款也没有多大意思。”经销商表示。

在不断上升的中国汽车市场,作为一种新的消费形式,购车信贷前景仍十分乐观。在这一潜力巨大的业务领域,国外汽车巨头已经捷足先登。而各个合资汽车厂商花样翻新的汽车贷款业务也在不断出新,在这方面,中国本土的汽车企业则还有很长的一段路要走。

晨报记者 沈欣

人事变动

墨菲辞别 上汽转战克莱斯勒



晨报讯(记者 刘晓林)上周六,上海汽车通过公告的形式对外发布了公司执行副总裁墨菲辞职的消息。就在前一天,美国克莱斯勒有限责任公司已经宣布了任命墨菲为亚洲业务首席执行官,墨菲将正式辞别上汽转战克莱斯勒。

上汽方面表示,墨菲因个人原因提出辞职申请,董事会对墨菲先生在任职期间对公司发展作出的贡献表示感谢。墨菲也发表个人声明表示,在上汽这样一个出众的团队的经验“愉快而难忘”。但加入克莱斯勒集团对其目前的职业发展来说,是一个不容错过的机会。

墨菲与中国的渊源颇深,2000年至2005年间,墨菲担任通用汽车中国公司董事长兼首席执行官。他曾是促成通用在中国成立最大的合资企业上海通用时谈判小组中的重要成员。墨菲于2006年6月加盟上汽,担任执行副总裁,同时接手韩国双龙汽车的副董事长及代表理事一职,快速实现了双龙的扭亏为盈。

失去墨菲对于刚刚起步的上海汽车来说并不是一个利好的消息,今年晚些时候上汽自主品牌的另一款重量级产品W261也将投入市场,这将是考验上海汽车自主品牌未来走势的重要一步。

墨菲在中国的出色经历和其对中国汽车市场的洞悉与把握能力也正是克莱斯勒选择他来拓展亚洲市场的主要原因之一,对于刚独立的克莱斯勒来说,最需要的就是这样的国际市场开拓高手。据悉,墨菲将负责克莱斯勒在亚洲的所有业务,包括中国业务和印度业务。

比亚迪汽车 上半年营收22亿



晨报讯(记者 韩旭)比亚迪最新中报显示,截至2007年6月30日,比亚迪汽车业务营业额达到人民币22.34亿元,较去年同期大涨35%。

记者了解到,截至2007年8月31日,比亚迪每股报收56.35港元,已较两个月前大涨18.63%。正是由于比亚迪等汽车个股的优异表现,各大机构都对汽车行业做出了乐观的预期。中信证券日前发布研究报告称,预计乘用车市场发展至少还将有20年左右的快速增长,未来10年有望维持15%至20%左右的年增长速度。

事实上,比亚迪携F3进入汽车市场不到两年,已创造了惊人的业界传奇。比亚迪至今还保持着自主品牌最快销售超过10万辆汽车的纪录。9月3日,比亚迪再度推出其畅销车型F3的1.5L白金版。这是继1.8L F3之后,该系产品的又一力作。

此前,比亚迪集团董事长王传福在一次公开讲话中宣布了比亚迪汽车“2015年全国第一、2025年当世界第一”的目标,并对外公布了“两个第一”目标的细化实施计划,按照该计划,2025年前比亚迪汽车的年销量将达到千万辆级。

动态报道

难挡汽车后市场吸引

一汽夏利涉足汽车保险

晨报讯(记者 刘晓林)国内第二家由汽车厂家组建的汽车专业保险公司即将出现。日前,一汽夏利发布公告称,一汽集团旗下三家汽车生产公司将联手组建一家专业汽车保险公司。

一汽夏利称,将与一汽轿车股份有限公司、长春一汽四环汽车股份有限公司、一汽财务有限公司、吉林亿安保险经纪股份有限公司等公司共同出资,在北京设立专业汽车保险公司。该公司的注册资本总额为2.6亿元,其中,一汽夏利、一汽轿车、一汽四环、一汽财务各以5200万元现金出资,分别占注册资本的20%。一汽财务有限公司控股的吉林亿安保险出资比例为1.9%。该公司将以车险为主,兼营其他险种。不过,该议案尚需提交给中国保险监督管理委员会批准。

如果此次合作成行,意味着国内继上汽集团后第二家由汽车厂商组建的专业汽车保险公司将出现。目前,在国内专门做汽车保险的保险公司寥寥无几,2004年年底成立的天平汽车保险股份



有限公司是中国第一家全国性的专业汽车保险公司,此后,几乎再没有关于专业汽车保险公司的消息。

业内人士分析指出,由于直接从汽车销售中获得的利润逐年下降,切入汽车后市场已经成为汽车企业的另一条生财之道。尤其随着我国汽车保有量的快速增长,包括汽车保险在内的汽车金融业务成为对汽车厂家最具吸引力的蛋糕。目前,汽车保险是我国财产保险的第一大险种,占财产保险市场份额超过65%。依傍着一汽集团这个汽车巨头的市场份额,这家保险公司的生存有了基本的保证。而对一汽

而言,保险公司的设立将使其拥有从生产、销售到售后维修、保险理赔的完整的产业链条。

事实上,一汽不是第一个想涉足汽车保险业的汽车厂家,早在2005年3月,由上汽集团等公司投资5亿元组建了安邦财产保险股份有限公司,主业是汽车保险,其中上汽集团参股超过20%,上汽和一汽是目前为止唯一两家直接投资汽车保险的,不同的是,上汽是参股,而一汽则是组建自己的保险公司。此外,厂商与保险公司的合作也在近年出现,最近一起案例是东风日产去年与人保和平安保险公司建立战略合作伙伴关系,不过,这种合作授权方式收效甚微,此前一汽丰田与太平洋保险、东风本田与天安保险的合作都无疾而终。

当然,看上这块肥肉的不只有国内汽车厂家,通用汽车金融控股集团旗下全资子公司——MIC汽车保险公司去年登陆中国,表示将与上汽通用汽车金融公司一起,将通用汽车“长达80年的专业知识和高质量的保险产品”带到中国。