



北京晨报

汽车·产业

二〇〇八年四月一日 星期二

主 编/修 宇
编 辑/沈 欣
首 席 美 编/林 赛
校 对/左丹冰

一周车事

事件:召回

东风汽车日前宣布从3月27日起,召回2007年4月9日至2007年6月13日期间生产的部分天籁轿车,共计4945辆。本次召回是由于车辆消声器焊接生产过程中,部分零件未采用规定型号的焊线,造成焊接部位易发生腐蚀,严重时危及乘客安全。

关注:一汽结束竺延风时代

日前,一汽轿车发布公告称,公司董事长竺延风先生因工作变动,辞去公司董事和董事长职务,徐建一将接任其职务。同时,发表声明,称竺延风也辞去了天津一汽的董事职务。至此,竺延风基本上已经完全脱离了一汽集团。

车坛快讯

“国家精神造就者荣誉”举行颁奖典礼

晨报讯 上周五,由梅赛德斯-奔驰公司主办的第二届“国家精神造就者荣誉”颁奖典礼在北京举行。奔驰也于当天迎来旗下AMG产品进入中国的周年纪念,包括S65 AMG、E63 AMG、G55 AMG和ML63 AMG在内的产品悉数亮相。本届“国家精神造就者荣誉”最终授予了包括陈其钢、丁磊、顾长卫在内的十位中国年轻成功人士。(刘影)

圣火启程 爱心传递

晨报讯 日前,上海大众汽车火炬手新闻发布会在北京举行。当天,中国大陆最大民间骨髓库——北京大学阳光志愿者协会创始人刘正深亮相现场并宣布与著名节目主持人高潮东一起成为上海大众汽车的奥运火炬手。上海大众还将进行多项爱心活动,用户通过参与京津地区的试乘试驾活动,有望获得4月份鸟巢首场比赛的门票。(孟军)

今日新概念租车 清明节的体贴

晨报讯 清明将至,您是否正陷入对故去亲友的深切怀念中。那难忘的心路、感激的笑容、患难与共的搀扶、感动天地的深情。今日新概念会员贴地为租车去扫墓的会员赠送了北京市地图及纸巾。今日新概念汽车租赁公司会员张先生在清明时载着全家去陵园缅怀已故的父亲。在每个需要的日子里,今日新概念都是客户身后的出行保障。(唐勤)

中润发维修中心揭牌

晨报讯 “北京中润发维修技术中心”的揭牌仪式以及8周年答谢酒会暨奥迪新年型赏鉴会日前举行。成立8年来,中润发已连续3年被评为北京市百强企业。为了回馈多年来客户的支持与关爱,中润发推出了为期一个月的店面答谢活动,同时向全体到店客户赠送了精美的体育赛事专用望远镜。(唐勤)

北京博瑞祥驰重张开业

晨报讯 日前,北京博瑞祥驰——梅赛德斯-奔驰汽车3S销售服务中心迎来了重张盛典。作为奔驰(中国)汽车销售有限公司和北京奔驰-戴姆勒·克莱斯勒汽车有限公司共同授权的奔驰3S销售服务中心,北京博瑞祥驰隶属于连续五年进入中国500强的北京市汽车修理公司,并曾在中国奔驰北星公司举办的“第一届北星技能竞赛”中荣获冠军。(小管)

焦点事件

减少技术输出 增加整车引进

三菱改变在华发展路线

晨报讯(记者 沈欣)“东南汽车可以导入三菱的任意车型生产,也可以全球首发三菱的任何新车。”东南汽车董事长凌玉章日前对媒体表示,而这也被看成三菱汽车全面改组中国业务新的开始,从最早的技术输出到目前全面落后于同类型的竞争对手,三菱想要改变中国市场对其的整体印象确实还需要一定的时间。

三菱向东南汽车彻底开放产品平台,凸显的是三菱中国战略突围的紧迫性。三菱是中国车用发动机市场最成功的开拓者之一,长城、北京吉普、奇瑞等众多自主品牌企业都曾经或现在仍在购买三菱的发动机,但是在整车项目上,三菱却无法与其他跨国汽车厂商相提并论。

1995年长丰汽车开始与日本三

菱汽车合作,是国内最早引进三菱技术和三菱在华的首家合作企业,长丰当时引入的就是帕杰罗技术。但是由于三菱在长丰占股18.59%,并不是一个完全的合资公司,所以并没有使三菱在此投入更多的精力。而后的三菱与东南的合作虽然初期效果不错,但仅凭技术输出就想持续占领市场的弊端随后显现出来,东南薄弱的销

售渠道、后续车型引进的失败都让三菱与东南汽车的合作蒙上了一层阴影。从2003年到现在,东南汽车的销量增长速度缓慢,2007年销量还不如4年前。由此带来的结果就是在中国车市以及竞争对手的增长速度呈现2位数上浮的时候,三菱在中国的业务却停滞不前,并有前功尽弃的危机。宣布与东南汽车加紧合作新项目

成为三菱中国业务变革的新开始,但合作伙伴的诚意并没有显示出三菱在未来能够有多大的胜算。东南的下一款产品将是悬挂自主品牌标志的中级轿车,而与三菱的下一个合作项目仍可能是家用MPV产品,东南汽车董事长凌玉章的“任意车型”这个词组让业内人士浮想联翩,今年的北京车展上或许是我们窥探三菱在中国未来走向的好机会。

产业信息



2007年车企业绩分化明显

经济型车单车毛利下降明显

晨报讯(记者 刘晓林)国内汽车上市企业的2007年年报近日陆续出炉。汽车企业的盈利状况清楚地显示出国内汽车业的走向,除了上海汽车继续保持强大的涨势外,以SUV和出口业务见长的长丰及福田成为净利润增长的黑马,而经济型轿车的生产厂家利润普遍不乐观,乘用车毛利下降明显。

上海汽车继续保持着行业领头羊的地位,由于2007年是上海汽车将其整车资产完全注入上市公司的第一年,因此其净利润的同比增幅也达到创纪录的46.3%,比2006年增长426.77%。不过,虽然在净利润总值上遥遥领先,但在增长幅度上,长丰汽车和福田汽车却更胜一筹,二者的净利润增幅分别高达613.60%和634.4%,净利润分别为1.68亿元和3.88亿元。长丰表示,净利润增加主要是因为毛利较高的产品占销售总量的比重增加,作为主攻SUV市场的厂家,去年以来SUV市场需求的旺盛使SUV的盈利能力大大增强,长丰汽车去年共销售SUV整车25782辆,比上年同期增长3.59%。而出口业务增长带来的海外收入则是2007年福田的重要赢利点。福田公告显示,2007年的海外营业收入为18.1亿元,是国内营业收入的7倍,海外营业收入同比增长238.78%,相比之下,国内营业收入35.02%的同比

增幅就显得微不足道了。而在香港上市的长城汽车不仅具备了出口和SUV两项优势,而且在出口平均价格上有所改善,长城汽车去年销量增长46.5%,预计利润也将有大幅提高。

而与之形成鲜明对比,小排量的需求低迷直接反映了厂家的盈利水平上。作为2006年在国内车企中业绩最突出的代表,囊括了奔奔、奥拓、羚羊、雨燕和天语SX4多款小车的在的长安汽车2007年大幅减产,2006年,长安汽车的净利润同比增长高达173.18%,而去去年仅为28.39%。事实上,长安汽车参股50%的长安福特马自达去年的销量颇为可观,以22.46万辆的销售数量首次入选2007年国内前十大轿车企业,净利润同比增长也高达6.10亿元。但值得关注的是,长安汽车2007年的净利润为6.67亿元,仅比上年增长了不到1.5亿元,可以看出,长安汽车旗下包括自主品牌小排量车在内的其他产品利润

率的下降抵消了长安福特马自达带来的增长。同样受困于小排量的还有一汽夏利,虽然全年业绩尚未公布,但从去年第三季度降为负值的净利润已经可以推断出全年的情况。

此外,由于成本的不断上升,毛利率的下降已经成为各车企面临的巨大压力,长安福特马自达的年报显示,2007年其乘用车的营业成本增长幅度为15.06%,高于营业收入增幅11.81%,而毛利率则同比下降18.33%,降为11.15%。而一汽夏利对利润下降的解释也是“产品价格下降,毛利率降低”。虽然净利润同比维持了21%的增长,但江铃仍不无忧地表示,整车降价部分明显地冲抵了由于销量增加带来的收入增加。而致力于轿车研发的江淮依然处于大量的资金投入期,宾悦的上市尚未到带来创收的时期,江淮也因此成为目前已公布业绩的车企唯一一家净利润同比下降的企业。

车企	净利润(单位:万元)同比增减		
	2007年1-9月	2006年1-9月	幅度(%)
一汽夏利	10189.39	30399.74	-66.48%
长安福特马自达	66689	51944	28.39%
江铃	75900	-	21%
长丰	1679813	-	613.6%
江淮	32761.75	38596.73	-15.11%
福田	3879836	-	634.44

长安自主品牌三年推30款新车

晨报讯(记者 沈欣)3月26日,长安集团汽车公司董事长徐留平在长安“志翔”新车下线仪式上宣布,长安汽车计划在2010年前推出30款自主品牌汽车和12款汽车发动机。

徐留平在新车下线仪式上表示,长安汽车通过近10年的积累,目前已分别形成了位于中国、

日本、意大利的长安汽车工程研究院、长安汽车上海工程研究院、长安汽车日本设计中心、长安汽车欧洲设计中心等“三国四地”的全球研发格局。通过搭建在“三国四地”之间的DDN专线,在确定的流程和设计规范下,长安汽车可以位于重庆、上海和日本横滨、意大利都灵的4个研发中心

为基础,实现从创意到设计、到验证、再到设计更改和完善的24小时不间断的全球协同设计。到2010年,长安汽车将利用三年时间集中打造7个轿车平台、5个微型车平台、3个全新发动机平台,计划推出30款自主品牌汽车和12款汽车发动机。

业内人士分析认为,从2004年长安汽车推出了国内第一款拥有完全自主知识产权的自主品牌汽车——长安CM8开始,长安汽车利用其实力雄厚的研发能力先后推出了中国第一款搭载自主知识产权发动机的长安陆风风尚、第一款自主品牌经济型轿车——长安奔奔、第一款自主品牌MPV——长安“杰勋”等众多自主品牌汽车,随着长安第一款自主品牌中级轿车——长安CV8志翔的下线,长安汽车在汽车整车研发制造方面已经走向了成熟,因此,到2010年长安完全有可能在现有的基础上推出30款自主品牌汽车和12款汽车发动机。



企业规划

上汽重金打造自主品牌 未来投资一半用于荣威名爵

晨报讯(记者 刘晓林)在日前发布的2007年业绩中,上海汽车透露了未来的投资计划,其中,73.52亿元的自主品牌投资占了总投资的一半。这意味着,上汽集团正在将自主品牌以未来“上汽”半壁江山的分量加以打造。

上汽共列出了未来的7个主要投资项目,总投入达到153.12亿元,其中,对自主品牌的投资列在首位,共计73.52亿元,分两期投入。在去年并购南汽后,荣威和名爵终于双剑合璧,上汽的自主品牌产业规模骤然提升,除了荣威的研发,名爵的后续研发也将由上汽全盘规划,与国内低端

自主品牌不同,这两个贵族血统的品牌不仅要占领国内中高端市场,还要负责海外市场的开拓,不断加大资金投入已经显示,对这两大自主品牌的培育将成为上汽未来的重点。

同时,上汽还将在技术中心一期和技术中心研发设备上分别投入6.34亿和12.90亿元,而这部分资金很大一部分也将服务于自主品牌的研发。未来,全新上汽研究院将基于荣威五大项目平台,开发覆盖荣威750、550在内的五大品牌全系车型。同时,经过几个月的整合,上汽在名爵的后续研发上也有了明确的结果,MG名爵产品线将继续完善。

走捷径低成本打造新基地 一汽夏利30万收购一汽华利

晨报讯(记者 刘晓林)一汽夏利正在通过一条更简捷的方式实现自己的产能扩充。日前,天津一汽发布公告称,已与一汽集团签订了以30万元的价格收购一汽华利100%股权的协议,收购完成后,一汽华利将被建设成天津一汽的另一个整车生产基地。

公告称,3月25日,一汽夏利与一汽集团签订了30万元关于一汽华利100%股权的转让协议。一汽夏利称,此次收购的主要目的是为了

整车生产的软硬件基础正符合这种需求,收购完成后,一汽华利将被建设为一汽夏利的另一个整车生产基地,以一汽夏利现有的20万产能而言,若想要完善产品线并增加销量,这一产能是远远不够的。而现实情况又表明,一汽夏利除非有更好的新品出现,否则很难支持下去。

为此,一汽夏利制定了“二次创业”的发展规划,计划用低成本扩张的手段和思路来重新在经济型轿车领域的领先地位。这一计划包括五年内推出七款新车,形成40万辆的生产能力以及与之配套的研发、销售和管理体系能力。

阁瑞斯MPV欧IV车型助阵2008

晨报讯 记者近日获悉,借助2008年1月1日在同类产品中率先推出的欧IV车型,华晨汽车的阁瑞斯MPV仅1月份就销售了多达1200辆,同比增长了33%,而2月份,阁瑞斯MPV也以同比30%的增长率保持着稳健上升的销量。

MPV市场在经过了几年的发展后已日趋成熟,消费者的购买心理也更为理性,产品的综合素质已经成为影响消费者购买的第一因素,而源自丰田发动机技术、倡导绿

色商务理念的华晨阁瑞斯MPV无疑是高品质MPV中的杰出代表。

自2005年以来,阁瑞斯MPV就坚持推行其技术领先的战略,目前阁瑞斯MPV车型从低到高有智领、尊领、御领三个系列共14款车型,也是MPV市场中为数不多的同时拥有2.0L、2.4L和2.7L三种排量的车型。搭载了丰田原装以及丰田技术的发动机,对“最高品质”的不懈追求为阁瑞斯MPV赢得了市场和消费者的好口碑。(刘名)

福田康明斯发动机公司成立

晨报讯(记者 刘晓林)3月26日,北京福田康明斯发动机有限公司正式奠基,历经两年多时间的长跑,广受关注的“福康恋”终于结出硕果。

北京福田康明斯发动机有限公司由北汽福田和康明斯按50比50的对等比例投资组建,总投资超过27亿元,主要产品为康明斯最新一代轻型柴油机。据介绍,首批3.8L发动机产品在2009年5月即可实现批量生产,2.8L发动机产品则在2009

年9月实现批量生产。

根据双方协议,福田汽车将从合资公司采购发动机,装配在福田及其分品牌的车型上,而康明斯也可以从合资公司采购发动机销售给非福田主机厂。福田汽车新闻发言人赵景光表示,福田汽车2010年远景规划中定出目标,将实现整车销售80万至100万辆,其中海外市场销售将占到20%的份额。而要实现这一任务,配套康明斯发动机的福田高端轻卡将是必不可少的锐利武器。

长安福特4S店升至195家

晨报讯 来自长安福特的最新消息显示,截至2008年3月,长安福特旗下已建成并投入运营的经销商4S店已接近200家,并计划到今年年底建设销售服务网点达到300家的目标。

长安福特方面表示,长安福特旗下4S店达到195家,超过预期的193家。在过去的3年中,长安福特经销商数量已经翻了3倍。同时,从3月份开始,长安福特各车型销量也开始出现大幅回升。在2008年前两个月,因大雪天气导致交通运输困难和生产能源暂时短缺的影响,长安福特产品销售受到一些限制,1至2月共批售29288辆,同期增长率分别为24%和33%。

去年,共销售福特品牌车型174018辆,全年销售增长达33%。长安福特相关负责人表示,2008年整个汽车行业增长率预计在15%,长安福特的销售增长率会基本保持与行业一致的水平,销量目标192000辆。在产品引进上,该人

士表示,今年年内长安福特将在中国市场推出一款小型车,由长安福特马自达南京工厂生产。长安福特将为中国消费者提供既好看又好开的车型,继续将世界市场前端的优秀车型引入中国。在品牌建设上,2007年福特“活得精彩”主品牌建设活动成绩斐然,国内消费者对该品牌的认可度也明显上升。

同时,长安福特的售后服务也将在今年全面升级,长安福特日前宣布,从4月开始,将实施特殊紧急订单系统VOR,对于特殊的紧急订单困难和生产能源暂时短缺的影响,长安福特产品直接提取零件,采取空运的方式使零件在24小时内能到达经销商处。长安福特表示,统计,92%的经销商在订货后能够在48小时内收货,零件供应率高达95.50%。在道路救援上,总体客户满意度已经达到了96%。在2007年四季度中国汽车产品质量及服务投诉报告中,长安福特因卓越的服务品质名列优质服务满意度第三名。杜威