



北京晨报

汽车·产业

二〇〇八年四月八日

主编/修 宇
编辑/沈 欣
首席美编/林 奕
校对/左丹冰

焦点事件

酝酿在欧洲建立生产基地

一汽拟收购意大利公司

晨报讯(记者 刘晓林)记者日前从消息人士处获悉,继上汽收购英国破产汽车企业罗孚后,一汽集团也正在酝酿一起境外收购,处境艰难的意大利汽车生产厂商 Carrozzeria Bertone S.P.A. (贝尔通汽车公司)是一汽此次竞标收购的对象,贝尔通的母公司是意大利著名汽车设计公司博通集团。

来自意大利的最新消息称,一汽集团已向正在评估 Bertone 公司竞价申请的三位破产事务专员正

式发出收购要约。一汽希望将 Carrozzeria Bertone 公司变为其欧洲汽车销售的首个制造中心。

据悉,Carrozzeria Bertone 目前的年生产汽车能力为 7 万辆,分为两班制,如提升至三班制,汽车年产能则可达到 10 万辆。

对中国汽车企业来说,贝尔通的名字并不陌生,其母公司——诞生了乔治·亚罗和马赛罗·甘迪尼的博通集团——是意大利最著名的老牌汽车设计公司,而意大利设计公司则是大

部分国内自主品牌的设计源头,昌河爱迪尔的设计就是出自博通之手。

不过,由于经营不善,博通旗下 Carrozzeria Bertone 陷入破产边缘。作为意大利历史最悠久的车辆承包生产商,Bertone 主要为其他汽车厂商生产改款车和敞篷车。在与欧宝集团的合约到期后,该公司于 2005 年 12 月停止量产,尽管做了诸多努力,但除了 2006 年夏天生产了 2000 辆限量版 Mini 后,该公司再未能接到任何新的汽车生产业务。在 2007

年 12 月末之前将 Carrozzeria Bertone 公司成功转手的努力失败后,都灵一家法院在今年 2 月向该公司派出了破产专员。

作为国内三大汽车集团中的前任“老大”,一汽集团把交椅的位置在去年让位给上汽集团。业内分析指出,在整体实力上,上汽集团除了因为吞并南汽而带来的产能和规模规模的扩大外,其在海外的研发和制造基地的扩充也是一汽望尘莫及的。对一汽而言,想要在短时间内

在海外扩展上有所成就,最高效的方式就是跨国收购,直接进入欧洲腹地。而且,值得注意的是,虽然 Carrozzeria Bertone 境况惨淡,但同为博通旗下子公司的 Stile Bertone 和 Bertone Engineering 的设计和开发实力却依然很强,这对于一汽来说也是非常有用的资源。

目前,一汽尚未在西南和中欧生产汽车,和国内大多数汽车出口企业一样,一汽产品的主要出口国是邻国俄罗斯。

一周车事

► 新车:5 款新车本周上市

又一轮集中上市潮在本周掀起,主力队员为雅力士、新凯越、2008 款福威、伊兰特·悦动、新爱丽舍五款车型。其中,2008 款福威在昨日上市;今日上市的两款升级车型对拼的火药味十足:新爱丽舍和新伊兰特·悦动的预售价格分别为 8 万至 12 万元以及 9 万至 13 万元。广州丰田的重磅小车型雅力士则将在明日上市,广州丰田给今年规划了 3.5 万辆的销量,月销量要冲击 6000 辆。本周六上市的是新凯越,搭载老发动机,但有一张新面孔的新凯越能否继续承担上海通用总销量 40% 的重任仍有待观望。

国际车坛

德国豪华车在美销量下降

据新华社报道,德国主要汽车厂商近日陆续公布的 3 月份美国市场销售数据显示,保时捷、宝马、奔驰和奥迪等德国豪华品牌汽车 3 月份在美销量均出现下滑。

与去年同期相比,保时捷在美国销量 3 月份骤减 24%,奔驰销量下降 3.7%,宝马销量下降 5.4%,奥迪销量下降 0.4%。不过,主攻中低端市场的大众品牌汽车 3 月份在美销量大涨 12.9%。分析人士认为,这表明在深陷次贷危机的美国市场,由于信贷紧缩,购买力下降,消费者正在调整购车策略。在油价居高不下,豪华车的高油耗也是购车者不得不考虑的因素。

晨报记者 刘晓林/整理

车坛快讯

专业汽车救援亮相车展

晨报讯 第 10 届北京国际汽车展日益临近,据悉,今年车展中首次有了 CAA 大陆汽车救援机构的全新加入。“随着近年来汽车救援服务与汽车销售乃至汽车产业的关系越来越紧密,这些救援机构广泛受到汽车厂家的关注。这也是国内专业汽车救援机构得以参展的重要原因,相信这也会给车友带来更多的收获。”车展相关负责人向记者介绍道。(美齐)

购全系狮跑赠拓界装备

晨报讯 4 月 1 日,东风悦达起亚狮跑家族再添一员猛将,2.7 旗舰版强势而出,拓界登场!为庆祝狮跑 2.7 旗舰版全新上市,东风悦达起亚特举办了“购狮跑 赠拓界装备”大型活动,凡在 4 月 1 日至 4 月 30 日期间从东风悦达起亚 4S 专营店购买全系狮跑的消费者,均能免费获赠“狮跑拓界装备”。据悉,整套拓界装备包括高档迎宾踏板、个性化前/后护杠、时尚后导流板等精美 SUV 外设。(天成)



特别关注



长安福特加大 A 级车市场投入

晨报讯(记者 刘晓林)国产合资品牌的小车阵营再添新成员。日前,长安福特方面传出消息,称将在年底推出一款紧凑型小车。业界猜测,该小车正是运用了福特 Verve 概念车设计元素的新嘉年华。

长安福特销售公司副总经理刘淳伟日前透露,今年底长安福特将推出一款紧凑型小车。而长安福特销售公司总经理何骏杰在之前也曾表示,长安福特会兑现每年一款新车的承诺,今年的新车会在北京车展上亮相,但要等到年底才会上市。

从目前得到的消息看,新嘉年华将运用福特概念车 Verve 的一些设计元素。在去年的广州车展上,福特展出了紧凑型概念车

Verve 的两厢及三厢版。Verve 的内饰部分相当有个性,色彩鲜艳,时尚前卫的中控台酷似一款手机。

近两年来,长安福特凭借福克斯和蒙迪欧在中高级车市场收获颇丰,但由于嘉年华的早衰,长安福特在紧凑型轿车市场一直式微。今年底这款小车的推出有望在提升嘉年华品牌的同时,也给长安福特带来新的增长点。

与此同时,长安的自主品牌也在小型轿车上有所拓展,日前,长安汽车发布公告称,为满足自主品牌轿车 2009 年的产能规划,公司拟投资 10.4 亿元建设 V101 生产线技术改造项目,实现本部轿车工厂最大可实现 40 万台/年的生产能力,计划于 2009 年 3 月完成建设。

据悉,V101 的定位在奔奔和志翔之间,以填补其 A0 级车的空白。这款车将搭载 1.5L 发动机,将于北京车展期间首次亮相,并有望在今年第四季度正式上市销售。V101 正式上市销售后,长安自主品牌车型的覆盖范围将进一步扩大,包括 A0 级的奔奔、A0 级的 V101、中级车志翔、MPV 杰勋,基本涵盖了 3 万至 12 万元的主流家用价格区间。

同时,为满足公司微车和自主品牌轿车对发动机快速增加的需要,长安还在筹划建设项目建设规模为总装综合生产能力 24 万台/年,其中新增 12 万台的 G 系列发动机生产线技术改造项目。项目新增建设投资为 7.98 亿元,计划于 2009 年 10 月完成建设。

VIN 码管理公告实施

部分进口车商面临退市危机

晨报讯(记者 沈欣)由于 3 月起我国开始实施的进口机动车实施车辆识别代号入境验证管理,一些将不再享有汽车进口资质的车商将不再能够以一般货物形式进口汽车到国内,于是在第一季度这些进口商疯狂进口车辆,但即便如此,部分车商还会遭遇退市的危险。

VIN 码相当于“汽车身份证”,由 17 位数字或字母组成,分别代表生产国别、厂家、车型等信息,因此每一辆进口车的 VIN 码都不相同。根据新规定,进口机动车的车辆识别代号(VIN)必须符合国家标准的要求。对 VIN 不符合上述标准的进口机动车,出入境检验检疫机构将禁止其进口,公安机关不予办理注册登记手续。

根据该办法,自今年 3 月 1 日起,我国将对进口汽车实施 VIN 码车辆识别代号验证管理。采用 VIN 码管理后,进口车辆 3C 证书的持有人在车辆进口前,需凭 3C 证书到国家认监委指定的认证机构申报进口车辆的 VIN 码。这使得过去有进口资质的代理商不能再通过普通货物进口渠道进口汽车到国内销售,众多进口代理商不再有进口汽车的资格。

来自天津海关和上海海关的统计数据显示,今年前两个月这两大口岸的汽车进口量均大幅提升。其中上海口岸 2 月汽车进口量达 9320 辆,平均价格达到每辆 4.3 万美元,比上年同期分别增长 2.2 倍和 12.2%,单月增幅和均价刷新了近年最高纪录。造成这一局面的主

要原因是,国内众多进口代理商赶在 3 月进口车实施 VIN 码,即车辆识别代号验证管理办法正式实施前突击进口。

业内人士表示,VIN 码认证管理无异于在《汽车品牌销售管理实施办法》之外,又为跨国公司垄断中国汽车市场加了一把锁,等于形成了双保险。与《汽车品牌销售管理实施办法》一样,该规定将中国消费者和汽车经销商对进口汽车的选择权直接交到了进口汽车生产厂家的手里,进一步强化了进口车厂家对国内销售渠道的垄断,而对于那些此前一直走“水货”进口车路线的商家来说,如果申请不到 CCC 认证和 VIN 码备案,或者得不到经销商的认可,那么等待他们的只有退出。

英国罗孚归入塔塔

上汽面临印度车挑战

晨报讯(记者 沈欣)当塔塔集团将捷豹、路虎揽入怀中的时候,一并从福特汽车取得了“罗孚品牌”的所有权,曾为上汽收购的英国汽车品牌再度转让。而印度塔塔或许将会让这个悠久的英国品牌在世界汽车市场上重现,为塔塔的中高级轿车梦增添砝码,而其首要的目标对手自然是中国上汽。

在短短的两年间,英国著名汽车品牌罗孚 Rover 已被两度转卖。2005 年,上汽集团从现已破产的英国 MG 罗孚汽车公司手中,以 6700 万英镑收购了两款车型及全系列发动机的全部知识产权。但由于历史原因,福特汽车公司对其拥有优先购买权,并在 2006 年行使这一权利,在上汽之前买下了罗孚。

而今,英国罗孚归入塔塔门下,对于一直渴望攀登汽车业巅

峰的印度汽车而言,光是路虎和捷豹两个小众品牌似乎还不能满足其野心。在塔塔收购的五个品牌中,路虎、捷豹属于高端小众路线,罗孚属于破产不久的中高级品牌,而 Daimler 和 Lanchester 则是早已停产的两个车型。

目前,英国罗孚 Rover 在世界上仍具有不凡的知名度,这从上汽南汽收购其资产就可以看出,而这种情况也必然坚定塔塔复活罗孚 Rover 的决心,而未来必然会携罗孚 Rover 品牌以真正的英伦车型的名义进入中国市场,也将对上汽荣威车型构成不小的威胁。当然,曾经很多车型都来自罗孚 Rover 的 MG 名爵也应该同样感觉压力,毕竟未来罗孚 Rover 即将进军的不止是国内市场,也将包含欧洲市场,而那里也是未来 MG 所要攻克的高地。

企业规划

一汽轿车自主品牌巨亏 马自达 6 成唯一盈利车型

晨报讯(记者 刘晓林)一汽轿车日前公布了 2007 年的盈利清单,其中,净利润同比增长近一倍,不过,这一增长并非旗下三大整车的贡献。年报显示,在一汽轿车旗下的整车销售公司中,去年只有一汽马自达是盈利的,而两大自主品牌奔腾与红旗的亏损总计达 2 亿元。

年报显示,2007 年,由奔腾销售带来的亏损额高达 1.5 亿元,比 2006 年的 6985 万元亏损扩大了一倍多,而 2007 年 7 月正式成立的一汽红旗销售公司在运营第一年的净利润便出现负值,亏损 4995 万元。也就是说,一汽轿车两大自主品牌在去年的总亏损额达到 2 亿元,与 2004 年的 2258 万元相比,三年时间里,亏损的黑洞达到原来的近 10 倍。马自达是三大整车销售公司中唯一盈利的品牌,2007 年 4778 万元的净利润比 2006 年增长了 37.5%,但仍没有恢复到 2005 年 5421 万元的净利润水平。

来自业界的分析指出,奔腾处于品牌推广初期,出现亏损是意料中事。2007 年,奔腾销量稳步增长,总计 23279 辆。而红旗的不景气则源于 HQ3 的销量萎靡,定位豪华车的 HQ3 并没有达到帮助红旗在高端豪华车领域浴火重生的目的,相反,由于定价过高,截至 2007 年底, HQ3 的市场保有量仅为 1000 辆左右。

不过,一汽轿车在 2007 年的乐观变化也是明显的,2007 年,一汽轿车全年轿车累计销售 80281 辆,同比增长 42%,高于国内轿车行业平均水平 22%。在国内轿车行业单车利润普遍下跌的情况下,一汽轿车的单车利润却从 2006 年的 4805 元上升至 7694 元的同时,整车的毛利率也增加了 4.02 个百分点,达到 25.07%。

对于自主品牌 2008 年的表现,随着奔腾销量的稳步上升,预计一汽轿车销售公司亏损将显著下降。而受到 HQ3 拖累,红旗的亏损状况恐难改善。

15 亿投资砸向红旗和奔腾

晨报讯(记者 刘晓林)利润增长带动投资加快,在公布去年净利润同比增幅近一倍的同时,一汽轿车近 21 亿元的投资计划也同时出炉。其中,涉及自主品牌投资超过 15 亿元,占总投资的 70% 以上。

根据一汽轿车的规划,三项投资分别为 Mazda 6 改型项目、轿车 B131 技术改造项目以及第二发动机厂的自主发动机项目。其中, Mazda 6 改型项目中计划投产的 4SD、5HB、WAGON 产品都属于 B 级车范畴,是在 Mazda 6 系列车型基础上最新升级研发的车型,该项目固定资产投资为 5.75 亿元,主要用于生产线的改造与新增设备。其目标是在 2008 年底达到共线生产 Mazda 6 改型产品 60000 辆的生产纲领。

投资最多的项目为自主品牌轿

车 B131 的技术改造,其固定资产的投资将达 8.21 亿元,该产品为借助奔腾系列平台,整车内外饰为全新造型设计,并具有自主知识产权的新产品。最新消息称,这款有“小奔腾”之称的运动轿车 B131 将在本月的北京车展上亮相,并有望在今年下半年推出,主攻 B 级市场。

此外,6.95 亿元的投资将用于发动机的自主研发项目上。一汽轿车将在其第二发动机厂新厂区自主开发 B 级轿车发动机,使产能从 5 万台提升到 9 万台,使其成为高技术含量的发动机动力总成的制造基地。一汽轿车方面表示,该款发动机主要匹配公司自主开发的 B、C 级轿车,谋求为一汽集团旗下其他企业生产的车型配套。这三项投资的建设期都为一年半,预计将在 2008 年底为一汽轿车带来质的提升。

马自达中国 2010 年要产 30 万辆



晨报讯(记者 沈欣)日前,马自达汽车公司公布了 2008 年在中国市场国产马自达品牌的销售目标,18 万辆的数字相比去年增长了不少,其中一汽马自达销售公司要完成 7 万辆以上的计划,长安马自达销售公司要完成 11 万辆以上,这对于马自达刚刚在中国整合完毕的新营销网络来说是个不小的挑战。而到 2010 年,马自达预计销量目标为 30 万辆,预计将占当年中国乘用车市场份额的 5%。

根据目前的销售网络和产品销售情况看来,长安马自达销售公司是今年 1 月份开始正式销售马自达产品的,它所拥有的产品有马自达 3 三厢、马自达 2 两厢和三厢,这 3 款产品覆盖了目前较为热销的 A 级和 A0

级市场(即紧凑型车和小型车市场)。而马自达在华的另一条渠道一汽马自达销售公司则已经非常成熟,虽然销售的上量车型只有马自达 6 一款,但同样属于市场中比较热销的 B 级车,并且再加上马自达 3 两厢和马自达 5 两款进口产品,所以一汽马自达定出了 7 万辆的销售目标。

马自达方面还透露,公司计划 2010 年在中国市场实现产销 30 万辆,两个合资公司各 15 万辆,为了完成目标,马自达还要在中国市场建立马自达特有的品牌形象。目前,马自达在中国有三个生产基地:一汽马自达的长春基地,长安马自达的重庆和南京基地,为实现产销 30 万辆的目标做好了产能上的准备。

大众中国单月销量破 10 万

晨报讯(记者 沈欣)日前,大众汽车集团(中国)公布,今年 3 月份,该集团在中国的当月新车零售量首次突破 10 万辆大关,达到 103200 辆的惊人成绩。

大众汽车集团第一季度在中国市场的新车零售量增长了 32.5%,达到 268200 辆。其中,大众汽车品牌的新车零售量为 221130 辆(其中包括进口车 2373 辆),同比增长 24.4%。奥

迪品牌的新车零售量为 30188 辆(含 3097 辆进口车),同比增长 25%。斯柯达品牌的新车零售量为 16212 辆,同比增长超过 5 倍。兰博基尼品牌的新车零售量为 17 辆,同比增长 30.8%。宾利品牌的新车销量为 126 辆,同比增长 137.8%。今年,上海大众和一汽-大众还将有多款新车即将登场,面临 100 万辆的产销目标,大众已经在中国做好了准备。