



北京晨报

汽车·产业

二〇〇八年五月六日

主编/修 宇欣 编辑/沈 欣 首席美编/林 赛 校对/左丹冰

车市焦点

久修不好引发二次投诉率上升

新车第一年投诉增多

近日,由中国质量协会用户委员会、清华汽车工程研究院、车人网联手发布了《2008年一季度中国汽车产品质量与服务投诉分析报告》,报告显示,由于久修不好的现象加剧,今年第一季度的汽车质量投诉呈增加趋势,尤其是二次投诉明显上升。

只修不换导致返修率上升

报告显示,2008年一季度的有效投诉为1489例,比上季度有所增加。与上个季度相比,对产品质量问

题的投诉呈上升趋势,占总投诉量的67.1%;另外的32.9%为服务质量的投诉。

值得关注的是,从投诉情况看,2008年一季度一次投诉解决率为73.5%,比上季度下降了2.6个百分点;二次及多次投诉则呈上升趋势,分别为16.2%和10.3%。引发多次投诉的原因多是新车重要部件出现质量问题,车主要求更换配件,而维修站只修不换。记者了解到,4S店在一辆车多次维修直至不得不更换部件这一过程中取得的维修利润远远

高于一次性更换配件的利润。

14.3%的投诉者要求退换货

一季度的汽车产品质量投诉共涉及8个方面,记者发现,基本上每一辆车身上能够出现问题的部位全部都涉及,而且都是会影响到驾驶员对汽车的正常操控的毛病。其中,发动机、变速器、制动系统、前后桥及悬架系统的投诉比例持续上升。其中,变速器的投诉占产品质量总投诉的21.9%;发动机占25.1%,无法启动和车辆易熄火是

投诉的主要问题。

而由于购买一年的新车重要部件出现质量问题的现象增多,在一季度的投诉要求中,以赔偿解决的比例出现了下降,而要求换车、退车的消费者比例明显提高,占了总投诉要求的14.3%,而上季度这个比例为11%,其中要求退车的比例从上季度的4.3%上升至5.8%。

服务收费投诉增加

久修不好的另一个明显反馈表现为服务收费和配件投诉的居高不下。

在一季度的汽车售后服务质量投诉中,对服务收费和人员技术的投诉比上季度增加,在服务收费中,同一故障反复修理过程中工时等费用该由谁承担的反映仍十分突出。虽然配件问题的投诉有所下降,但仍然是占了高达40.5%的比例,主要表现在配件的反复维修和频繁更换等方面。记者了解到,为了保证维修环节的利润,目前很少有4S店真正做到在维修时完全使用原厂配件。这也是导致车辆多次返修和消费者投诉增加的主要原因。 晨报记者 刘晓林

一周车市

数字:72%

据中国进口汽车贸易公司近期发布的数据,2008年一季度的中国进口车市场增幅远远超出业界预期,创下72%的增幅。2007年,进口车全年增幅为37.9%。其中,主要豪车品牌销量增幅达到了82%,雷克萨斯以9679辆的总成绩排在第一位。SUV依然是增速最快的车型,今年前两个月销量达到了3.11万辆,同比增长135%。

国际车坛

丰田5月将提高北美市场汽车售价

晨报 据新华社报道,丰田汽车公司5月将提高在北美市场的大部分车型的售价。

据了解,丰田平均每年调整两次新车的销售价格,本次提价是基于原材料价格上涨和日元升值的一次性价格调整。据悉,除了在美国工厂生产的中型车凯美瑞等将于5月下旬提价外,5日开始装船的日本国内生产的油电混合动力车普锐斯以及小型车威姿等也将上调价格。据称,日产汽车公司也开始了调价运作,而美国本土汽车制造商已经在北美市场上调了汽车售价。

晨报记者 刘晓林 整理

车坛快讯

现代汽车推进内蒙古治沙

晨报 日前,韩国现代汽车集团、现代汽车(中国)投资有限公司以及北京现代汽车有限公司联合韩国最大的环境保护组织“环境运动联合”与内蒙古阿巴嘎旗人民政府就有关“中国荒漠化防治—查干诺尔”生态治理项目,在北京举行签约仪式。

在未来五年时间里,现代汽车将投入总计约15亿美元,以加强当地的绿化工作。(晨风)

广通杯高尔夫赛收杆

晨报 日前,“第六届LEXUS雷克萨斯北京广通杯高尔夫邀请赛”在北京顺峰九园十八岭高尔夫球场胜利闭幕。此次赛事是由北京广通雷克萨斯独立承办的雷克萨斯车主活动,来自北京广通雷克萨斯的100余位车主参加了本届比赛。本届比赛采用18洞比杆赛及霰弹枪式开球方式,男女混合进行。比赛还特设了“一杆进洞大奖”等多个奖项。(唐勤)

通用清华牵手新能源

晨报 日前,中国车用能源研究中心正式在清华大学成立。这是中国能源研究领域第一家专业针对车用能源的研发单位。该中心由清华大学主导,通用汽车和上汽集团作为该中心的坚实后盾,为该中心提供全方位的支持,通用汽车和上汽集团也因此成为第一批直接参与中国车用能源研究的汽车制造商。(谭震)

行业快讯

合资品牌盈利优势显著 一季度上市汽车公司业绩出炉

晨报 记者 刘晓林 截至昨日,国内汽车上市企业的净利润基本上都已出炉。在原材料上涨的背景下,合资品牌的盈利优势充分体现;与之相反,自主品牌的净利润却一路大幅下滑。

一汽轿车领涨一季度的国内车市,其一季度的净利润达到3.1亿元,是去年同期8600万元的3.6倍。今年1至3月,一汽马自达的销量比去年同期增长了40%左右,高于预期的35%。而且,可以看出,虽然原材料价格大幅上涨,一汽马自达车型的单车利润仍然比较可观。而作为一汽轿车旗下的两家自主品牌子公司,一汽轿车销售有限公司和一汽红旗销售有限公司一季度依然处于亏损中。

同样受旗下合资公司销量上涨带动盈利增加的还有长安汽

车,今年一季度,长安福特马自达前三个半月总计6.2万辆的销量,比去年同期增长近60%,远远高于全国汽车业同期26.8%的增速。与之相呼应,长安汽车一季度净利润同比增长了55.21%。

福田汽车同样成功地化解了原材料涨价的影响,今年前三个半月,这家商用车领域的领头羊的国内国外销量分别增长了28.6%和118.7%,带动净利润同比增长151.7%,达到1.67亿。相比之下,由于处在投资整合期,上海汽车的净利润增长相对较小,但也比上年同期增长了7%。

不过,自主品牌轿车的盈利状况却截然相反。与去年相比,一汽夏利、海马以及江淮一季度的净利润都出现了大幅度的下降。其中,一汽夏利前三个半月的净利润

为1688万元,仅为去年同期4796万元的35%,对此,一汽夏利将原因归结为去年年底的降价和今年原材料涨价的两面夹击;海马一季度的净利润同样不到去年同期的1/2,由去年的1亿直降至4788万元;一掷千金直接从中级轿车入手的江淮汽车更是骑虎难下,滨悦的销量不尽如人意,净利润则从去年同期的1.25亿缩减到7847万元,减少了近4成。

吉利则在日前发布了2007年的全年盈利状况,虽然净利润较2006年同期增长51%,但单车零售价格却下调了,减少5%至10%。2007年上半年的平均售价为53745港元,及至年底则降至40398港元。今年下半年,国内自主品牌企业都将有新车上市,不过面对激烈的市场竞争,能否峰回路转还有待观望。

华晨高层变阵加强海外攻略

晨报 记者 刘晓林 华晨汽车日前宣布了对高层管理团队的调整:华晨汽车有限公司总裁刘志刚将兼任华晨金杯销售公司总经理;原华晨金杯销售公司总经理杨波,将出任华晨金杯副总裁兼国际销售公司总经理一职。

据相关人士介绍,刘志刚是地道的“资深汽车人”,历任沈阳金杯客车制造有限公司总经理、沈阳华晨金杯汽车有限公司常务副总裁,并于2005年6月出任华晨金杯总裁职务,是地道的“资深汽车人”;杨波则曾先后在一汽、一汽-大众、金杯通用等大型汽车企业担任要职,并于2005年8月份被任命为华晨金杯汽车有限公司副总裁兼销售公

司总经理,营销管理经验丰富。

记者了解到,此次华晨人事调整是为了实现国际国内市场的“双加强”,一方面进一步巩固并发展国内市场,另一方面加快拓展海外市场的速度。在华晨汽车的发展计划中,坚持国内外两个市场并举,尤其是在海外市场的拓展上,把国际高端市场作为检验自主品牌品质的试金石,大力拓展欧美俄国际高端市场将成为华晨打造国际品牌的主要途径。

同时,对刘志刚来说,通过资源整合和完善经营体系来迅猛扩大华晨在国内市场的份额则将成为今年的基本任务。

据悉,此前备受业界关注的华晨宝马合资公司第二工厂的相关项目正在加速推进;同时,华晨将派集团董事赵健携企业部分优秀专业人员和管理团队,加盟南方基地项目,保证华晨“南下战略”的有效推进,确保2008年8月份整车下线的目标得以顺利实现。此外,在成功获得美国火箭资产的加盟后,华晨将继续广开各种渠道促进融资。

随着华晨高层管理团队的调整到位,通过国际国内“双加强”战略,华晨将开拓各种渠道促进融资,全力备战“十一五”期间的第二个目标,即到2010年,实现整车销量50万辆,销售收入800亿元。

理念将占广本销售总量的20%

第二款概念车11月推出

晨报 记者 沈欣 北京车展上,广州本田作为合资汽车企业第一次推出了自己的自主品牌,而刚刚上任不久的广州本田总经理大河原荣次已经把这个自主品牌在未来的定位摆上了相当高的位置。“20%将是广州本田自主品牌在未来广本总产销计划中的份额。”大河原荣次表示。

据了解,广本自主品牌理念的第一款概念车型是基于本田的平台上进行自主研发工作,概念车的平台也是基于飞度平台之上,这款车只要稍加改变就将作为广本第一款自主品牌量产车。广本目前的自主品牌基本想法就是,

在品质和水平能够达到本田要求的同时,维持在一个比较低的生产制造成本之上,同时满足中国消费者的需求。按照广本目前的推进速度,到今年11月份广州车展,还将有一款“理念”亮相。这款车也将顺延北京车展上这款“理念”的整体风格,打造统一的系列产品。

在生产方面,广州本田透露将利用现有的生产条件进行自主品牌的生产,由于第一款“理念”的设计是基于飞度平台,所以在生产成本方面会降低不少。根据广本方面的设想,届时广州本田的自主品牌产销将占到总量的20%。



高端访问

铂锐将提供尊贵服务

——访北京奔驰-戴克克萊斯勒销售市场部总经理 杨林

《北京晨报》:铂锐上市之后销量达到预期了吗?

杨林:铂锐3月份上市以后,根据各地经销商的反馈,由于克萊斯勒铂锐这款产品的优势,顾客的进店率非常高,第一个月的销量就突破了2000辆,我们的销售情况是达到了预期的效果,某些地区我们的客户等待提车排队已经排到了5月份。是我们的客户给了我们很大的信心,应该说在这方面也超出了我们的预期。

《北京晨报》:两款克萊斯勒产品的互补意义从某种程度上而言已经形成,后续有何延续策略?

杨林:300C作为克萊斯勒旗下的一款豪华车型,从北美走出来,为克萊斯勒在全球赢得了美誉。同样,克萊斯勒铂锐不仅帮助克萊斯勒赢得了美誉,也是BBDC的重要战略棋子。目前,BBDC旗下的克萊斯勒产品涵盖豪华和中高级两大细分市场,BBDC首先会着重运用现有的产品,进一步打开市场,抢占更多市场份额,BBDC还会推出后续车型。

《北京晨报》:目前,克萊斯勒铂锐的生产能力如何?

杨林:由于现在提车排队已经到了5月份,这样的市场反馈给了我很大的信心。我们正在调整生产能力,以便最大限度地满足用户的需要。目前,北京奔驰-戴克为克萊斯勒铂锐配备的是与300C等豪华



车相同的生产线,涂装线和奔驰共享,足以保证克萊斯勒铂锐的品质。我们采取单、双班制度。我们的生产线如果全部开足的话,一天的产能可达到300多台。

《北京晨报》:目前,克萊斯勒铂锐在售后服务方面有何规划呢?

杨林:随着克萊斯勒铂锐上市以后,我们整体的市场调查也正在开始,并且全面启动了“关爱随行”这一服务品牌。我们会提供3年或8万公里的产品质保,直至午夜零点的预约保养服务以及为车主居家旅行遭遇意外所量身打造的“双重救援”道路救援保障体系。最值得一提的是我们的“双重救援”道路救援保障体系。当克萊斯勒铂锐车主在旅行中遭遇意外情况时,将享受免费机票和免费的酒店服务,这在目前国内中高级轿车提供的服务中是极为罕见的。

晨报记者 沈欣

中国将占宾利全球市场的1/10

——访宾利全球公共事务总监詹姆斯·罗森斯坦



记者:我想请James先生介绍一下宾利在中国的销售情况以及销售前景。

James:宾利是2002年进入中国市场,自从那一天开始,我们的业务就得到了突飞猛进的增长,去年我们销售的增长一度达到93%,去年一年中销售的宾利汽车是338辆,今年第一季度增长销售速度已经超过133%,而且我们希望今年在中国市场上销售500辆宾利汽车。实际上,我们希望在未来三到四年当中,在中国市场销售1000辆的宾利汽车。

记者:在中国市场销售500辆的话,在全球市场所占的份额是多少?

James:2007年,我们在全球范围内销售的宾利汽车总量是10014辆,40%是销往美国市场的,另外的

40%是销往欧洲的,剩下的20%则分布在其他市场当中,而中国的销售增长是最为迅速的。所以,当我们的销售实现1000辆的时候,你们可以想象它将占全球市场的1/10。

记者:同样作为豪华车,宾利价格相对劳斯莱斯要低一些,是不是这个原因导致宾利销量比劳斯莱斯高?

James:5年前,宾利年产量是1000辆,现在年产量可以达到10000辆。而劳斯莱斯现在的产量还只是1000辆左右。现在,超级豪华车市场需求量达到1.8万到1.9万辆,而这里面50%都是宾利的汽车,所以宾利在这方面取得了巨大的成功。今天我们已经有8个经销商分别分布在北京、上海、深圳、广州、杭州、成都还有武汉,而且市场还在扩大。 晨报记者 沈欣

凯美瑞仍居中国高级车销量榜首

晨报 记者 刘晓林 来自中国汽车工业协会的统计显示,在今年第一季度的轿车排行榜上,凯美瑞仍然占据中国高级车销量冠军位置,不过紧随其后的第八代雅阁已经把差距缩小到只剩下5000辆。

2008年,凯美瑞和第八代雅阁的销量计划分别为17.5万辆和17.8万辆,仅3000辆的差距让两者对中高端车销量冠军宝座的追逐成为今年国内车市的一大看点。

倍耐力将配套国产阿尔法·罗密欧

晨报 记者 沈欣 国内轮胎品牌的竞争将进一步升级。倍耐力轮胎中国有限公司总经理白贝日前在车展上透露,这个意大利的轮胎品牌将与国内厂商进行配套业务的合作。在刚结束的北京车展上,意大利知名品牌倍耐力轮胎携其旗舰产品亮

第一季度乘用车细分市场中,轿车销量占了137.42万辆,SUV依然是增速最快的车型,同比增幅达42%。销量排名前10位的轿车品牌依次为:桑塔纳、捷达、凯越、QQ、伊兰特、卡罗拉、凯美瑞、夏利、雅阁和福克斯。而销量排名前五名的轿车生产企业则分别为一汽-大众、上海通用、奇瑞和一汽丰田,东风日产表现强劲,上升到第六位,吉利位列第七。

相,这也是倍耐力轮胎在华设立轮胎生产基地后在中国大型车展上的第二次亮相。在接受记者专访时,白贝表示,倍耐力将与中国大型整车厂商谈配套业务。据悉,首个合作项目最有可能放在将要进驻中国的阿尔法·罗密欧车型上。