



北京晨报

## 汽车·产业

二〇〇九年八月二十五日 星期二

主编/修宇  
编辑/刘晓林  
美编/田澧  
校对/左丹冰

## 一周车事

## 数字:60%

根据汽车协会统计,7月国内汽车整车产品出口2.24万辆,比上月下降26.76%,比上年同期下降61.19%。1至7月累计出口汽车16.48万辆,比上年同期下降60.30%。

## 出售:萨博将被出售

通用汽车上周确认,已经与Koenigsegg集团就出售萨博汽车公司100%股份签署了股份转让协议。该交易有望在未来几个月内完成,并将确保萨博品牌的未来发展。萨博汽车公司计划于短期内脱离目前的重组程序。本月全新萨博9-3 X将正式投产。

## 超越:中国汽车销量明年继续超美国

日前,美国权威汽车业评级公司预测说,2010年美国汽车销量可能实现近15%的增长,达到1150万辆,但这一数字将低于同期中国汽车销售的销量,甚至可能低于中国2009年的销量数字。乘用车联席会的数据显示,7月份,国内汽车产销分别为823271万辆和818373万辆,产量同比增长为55.4%,销量同比增长更加突出,为77.1%。由于众多利好因素,中国乘用车联席会将今年全年的销量预测提高到1250万辆。

## 安全:东风日产举办安全驾驶训练营

日前,由东风日产举办的安全驾驶训练营(简称NTSDF)在北京上演。东风日产的安全驾驶训练营将实训、实物展示与消费者互动三者结合,通过体验真车模拟翻滚、模拟冲撞以及新天翰的试驾区,以真实场景再现和实物体验的形式,提高对安全带重要性认识,从而改变了以往汽车安全知识教育纯技术讲解的强制灌输模式。据悉,这是迄今为止,国内由汽车单一厂商发起的最大规模的企业与消费者安全互动活动。

## 华诞:百得利“奥迪百年”印象之旅

8月22日,为纪念奥迪百年华诞,百得利奥迪中心通过独具匠心的三幕活动串联成百得利“奥迪百年”印象之旅,引领到场嘉宾感受奥迪的汽车文化。活动由“奥迪百年车模展”拉开序幕,作为活动的高潮,在奥迪百年华诞之际,百得利成功交付了第一万辆奥迪汽车。活动的最终幕,百得利奥迪中心服务专家带领嘉宾亲身体验了百得利的售后服务与维修中心。

## 车友会:朗逸京津车友会成立

日前,上海大众汽车朗逸车友会正式成立,京津地区近百名朗逸车友齐聚一堂,共同见证朗逸车友会命名及车标揭晓的时刻。本次活动是由车友会车友会发起,上海大众汽车鼎力支持,共同建设了爱卡汽车网“朗逸社区”,而印有“逸和团”及朗逸车友会标志的车贴也将于不久后在京津各4S店对朗逸车友免费发放。

## 优惠:任我游GPS领跑金秋优惠销售

日前,持续高热的车载GPS市场再度升温,纷纷推出优惠酬宾活动抢占先机,国际GPS知名品牌任我游推出“金喜一路”大型促销促销活动,为用户带来多重惊喜。即日起,消费者选购任我游765、任我游255W、255W+或任我游205W任一机型,即可享受金秋“金”喜巨惠,畅享任我游GPS带给你的务实派导航体验。

## 克莱斯勒否认与广汽合作

在中国仍致力于进口车市场

## 热点聚焦

晨报讯(记者沈欣)“我们没有与广汽任何合作的问题进行协商。”日前,就“克莱斯勒要在广汽与菲亚特合资厂投产Jeep指南

者”的传闻,记者采访了克莱斯勒(中国)方面,在正式确认这仅仅是谣言后,克莱斯勒方面还表示,目前主要工作就是恢复克莱斯勒在全球各地的生产工作。

据介绍,目前克莱斯勒在中

国市场仍致力于进口车方面的工作,这些进口车均针对增幅超过行业平均发展水平的特定细分市场。今年,克莱斯勒已经推出3款颇受市场欢迎的进口产品:有着“终极越野利器”之称的Jeep牧

马人Rubicon、全能跨界SUV道奇酷威以及全新升级的紧凑型城市越野车——09款Jeep指南者。依靠这些产品的销售,今年第一季度,克莱斯勒在中国国内进口车零售量达到17%的增长。

同时,已经与菲亚特联合的新克莱斯勒开始在全世界范围内恢复生产,继在北美7家工厂宣布恢复生产后,最新的消息显示,克莱斯勒旗下精品小车PT漫步者也开始在墨西哥恢复生产。

## 汽车新政效率排行榜

——详解各项政策对今年车市的贡献率

## 特别策划

从今年一季度开始,政策带动市场前进就被确定为2009年汽车业的主旋律。多个政策的紧密衔接推动车市在7个月过去后仍然高歌猛进。而专家预测,在今年全年200多万辆的销量增量中,至少有100万到150万辆是由政策所带动的。而每个政策对市场的贡献有多大?未来将实施的政策能否保证车市的高涨?这些都是目前汽车企业必须了解的。

## ●政策一:1.6升及以下排量乘用车购置税减半

实施日期:2009年1月20日至12月31日  
预计全年增量:约119万辆  
贡献:小排量份额迅速上升  
疑虑:明年怎么办?  
贡献率:★★★★★

1.6升及以下排量乘用车购置税减半政策绝对是2009年汽车市场的强心剂。2007年1.6升及以下排量乘用车占乘用车市场的份额为57.64%;2008年,份额上升至62%,总销量为310.59万辆,而到2009年上半年,1.6升及以下排量乘用车共销售315.26万辆,同比增长44.93%,占乘用车市场份额的69.7%,比去年同期

市场占有率提高了7.71个百分点。2008年小排量市场在下半年转头向下,但即使按照2007年乘用车市场增速最快的1升至1.6升乘用车的同比增幅28.9%来计算,今年这一区间的销量增长应该有近一半的增量是由这项政策带来的。

而按照全年保持38.93%的增速算,仅1.6升及以下排量的轿车全年增量就可达119.45万辆。但另一方面,上半年国内车企的净利润普遍出现大幅下滑。而且,7月自主品牌轿车开始被日系轿车反超。该政策终止后,小排量如何填补市场心理的落差已成为目前谁都无法回答的问题。

## 1.6L及以下排量轿车销量分析:

	2008年全年	2009年上半年
轿车总销量	504.69万辆	324.41万辆
1.6L及以下排量销量	306.85万辆	224.81万辆
占轿车总销量份额	60.8%	69.29%
同比增幅	—	38.93%

按上半年增速,预计2009年该区间接车增量为:119.45万辆

## ●政策二:汽车下乡

实施日期:2009年3月1日至12月31日  
预计微车全年增量:70万辆左右  
贡献:微车销量飙升50%,农村市场快速开发  
疑虑:新增微车企业蜂拥而入,僧多粥少怎么办?  
贡献率:★★★

汽车下乡的拉动作用是前所未有的,就增量而言,其贡献值不比购置税政策低。2008年,全国共销售微车130万辆,只比2007年增长了2%,而今年上半年,国内微车销量飙升至93.55万辆,同比增长54.46%,是去年同期60.56万辆的1.55倍。照此速度计算,全年增量将达到70万辆左右。

就国内两家微车巨头上汽通用五菱和长安汽车来说,前者原

定销售目标是70万辆,目前已经调整到80万辆,争取达到85万辆,而上半年已经完成了55万辆的销售;而长安上半年微车销量也达到近36万辆,同比增长62.7%。而这些销量的背后是农村市场的开发,这对经济的带动和汽车消费的普及意义重大。

同样,这个稍显“意外”的突然增长也有先天不足之处,由于大部分汽车下乡的产品都为3万至4万元的低端车型,这一领域汽车品牌的营销和售后服务水平就不高,而对于那些厂家为了抓住机遇而在短期内突击建设的简易销售网点,其售后服务的质量可想而知。同时,国内微车产能在下半年呈现疯狂扩张,产能过剩的后果已隐约显现。

## ●政策三:汽车以旧换新

实施日期:2009年6月1日至2010年5月31日  
预计全年增量:100万辆  
贡献:加快旧车淘汰,带动新车消费  
疑虑:补贴幅度有限,效果能否持续  
贡献率:有待观望

汽车以旧换新日前在国内正式启动。而就国外的以旧换新来看,效果确实可观。不过,首先,国外的以旧换新补贴幅度远远高于

国内,国内明确规定“以旧换新”和“黄标车补贴”两种补贴方式只能任选其一,这使得政策效力大打折扣,且在北京等地区,相比之下,目前二手车出售市场的吸引力更大;其次,该政策效力的持续性尚待考察,美国的汽车以旧换新目前已经呈现出快升快落的局面。

晨报记者 刘晓林 沈欣

## ◎新闻链接

## 新政拉动1250亿元汽车消费

晨报讯(记者沈欣)日前,根据国家相继出台的汽车行业刺激政策带来的拉动作用计算,预计今年中国政府针对汽车行业的刺激政策,将带动需求达1250亿元以上。

中国商务部负责人指出,“以旧换新”的举措能够有效刺激汽车消费,以至于西方一些汽车生产和消费大国也开始做出同样动作。今年3月份,国务院办公厅公布了《汽车产业调整振兴规划》,其中前4项是解决当前拉动内需的政策措施,包括减征购置税、汽车下乡、加快老旧汽车报废更新、清理限购汽车的不合理规定。乘用车购置税减半政策今年12月31日到期,但随后汽车以旧换新的政策就开始实施。另外,汽车、摩托车下乡,鼓励农民更新三轮汽车、更新原来的农用汽车这项政策不会改变。

工业和信息化部副部长李毅中近日指出,相比国外促进汽车业发展,中国政府的政策更加有成效,因为不仅只有“以旧换新”一味药剂,还有汽车下乡和购置税减半双管齐下。今年3月至7月份连续5个月内,中国汽车的产量和销量都超过了100万辆。7月份的最新数据为110万辆。在全世界汽车工业萧条的时候,中国的汽车工业能够有两位数的增长,确实是政策的拉动和支持。

财政部方面负责人还透露,2009年中央财政通过追加预算,安排汽车、家电以旧换新补贴资金70亿元,其中汽车以旧换新50亿元。专家预计,汽车以旧换新政策今年或将带动以旧换新汽车100万辆以上,汽车以旧换新政策今年可以拉动消费需求1250亿元以上。

## 特别策划

## 北汽今年产销目标超去年44.8%

晨报讯(记者沈欣)北汽集团日前发布消息称,今年北汽旗下所有整车企业产销目标定为113万辆,预计实现销售收入1100亿元。这个最新目标比今年年初1000亿元销售目标有所提升,而整车销售已经比去年增加了35万辆。

据了解,2008年,北汽控股销售汽车78万辆,销售收入750亿元。相比之下,2009年的新目标超过2008年业绩35万辆,提

升比例达到44.8%。这其中,北京现代将目标从年初的38万辆提升至45万辆,另一主力福田汽车将2009年全年的经营计划从42万辆上调至56万辆,而北京奔驰和北汽制造将完成剩下的12万辆产销任务。

同时,北汽还发布了未来两年的发展计划:2010年产销目标150万辆,销售收入1500亿元;2011年的产销目标200万辆,销售收入2000亿元。

北汽控股董事长徐和谊表示,为了实现目标,将迅速推进北汽十大发展项目的建设。其中,北京现代第二工厂二期扩产项目将在2010年完成,届时将实现60万辆产能。而北汽福田也将进行中重卡改造,目标是将中重卡产能在现有10万辆的基础上翻番。在自主品牌上,两大自主项目——汽车动力总成制造基地建设以及北汽有限公司技术改造将同步进行,目前北汽

有限公司技术改造项目已列入北京市发改委、北京市经信委重点工程,实施后将形成国内自主品牌越野车、乘用车一流制造基地。北京奔驰方面,新奔驰E级加长轴距版车型的技术改造项目将在年底开始,并在明年年中实现产品升级。奔驰E级加长版以及X5越野车的投产将给北汽征战高端市场打下基础。

今年上半年,北汽控股和北汽制造南方生产基地年产20万辆建设项目正式奠基,这个投资达35亿元的自主品牌乘用车工厂预计将在2010年3月投产。

## 7月中国继续高居大众第一市场

晨报讯(记者刘晓林)大众汽车集团日前公布,7月份全球新车交付量再次实现增长,并且增长势头已持续3个月。其中,中国市场继续以超过德国本土销量,成为大众全球市场的冠军,同时以高达68.4%的增幅再度刷新单月销量记录。

7月,大众汽车在全球取得了6.7%的同比增幅,总交车数量达到55.69万辆,前7个月累计交付新车365万辆,同比减少3.5%。其中,在中国、德国

等市场取得了良好业绩。尤其是中国市场,继上半年超过德国成为大众全球第一大市场后,7月再次以1.42万辆的优势保持第一市场的地位,总销量达到12.79万辆,同比增长68.4%,再度刷新单月销量记录。在德国汽车报废补贴政策的帮助下,7月份,大众汽车在德国本土赢得了25万名新客户,销量达11.37万辆,同比增长26.9%。

乘用车品牌大众品牌的表现尤其突出,7月份在中国市场的销量增幅高达67.5%,达到10.43万辆,远远高于其在德国的6.04万辆。高档品牌奥迪在中国市场上表现强劲,销售量从去年同期的9400辆增长到1.34万辆,增长了42.5%,销量再创新高。奥迪A3、Q5和A6的销售量尤其突出。此外,虽然斯柯达品牌7月的全球销量同比下降了4%,但在中国的发展仍然强劲。



## 车企动态

## 一汽澄清整体上市传闻

称还没有上市具体时间表

晨报讯(记者刘晓林)上市已经成为国内各大车企的热点话题,上周,相关媒体的臆测引发了一汽集团旗下3家上市公司的集体辟谣。一汽方面称,在3个月内不会有上市方面的举动。

8月17日,一汽旗下3家上市公司一汽轿车、一汽夏利、启明信息同时停牌。原因是:近日有媒体发布一汽轿车控股股东中国第一汽车集团公司整体上市的相关报道,一汽方面将予以澄清。

8月20日,一汽发布公告称,关于整体上市的具体方案,也没有确定具体的时间表。如一汽集团借壳公司进行整体上市,公司将按规定及时予以公告,并表示,一汽集团没有就整体上市事宜聘请过中介机构进行方案分析或咨询。按照有关规定,公司控股股东一汽集团承诺,自本公告之日起至少3个月内,不会实施涉及公司的整体上市事项。

作为国内四大汽车集团之首,一汽的整体上市一直颇受关注,与已经实现集团整体上市的上汽、东风相比,一汽集团的资本运作步调显得过于缓慢。业界分析指出,这主要是因为一汽的分支过于庞大,各方利益很难协调。同时,上市意味着企业内部管理和绩效的透明化,意味着一系列的改革和内部整合,这对于根基过深、积压过多的老国企而言,不是短时期内能够完成的。

从去年开始,一汽已经着手旗下各品牌的并网工作,首先提出大力整合集团自主品牌资源的方针,并完成了红旗与奔腾并网销售。今年上半年,又传出将把天津一汽夏利和一汽奔腾统一标识、并网销售的消息,对此,一汽在忙于澄清之后并没有透露具体的整合策略。

## 奇瑞重启上市工作

年内至少还有5款车上市



晨报讯(记者刘晓林)就在多家车企忙着否认上市传闻时,奇瑞汽车总经理助理金戈日前表示,奇瑞正在进行IPO的工作,并将择机上市。

在日前举行的瑞麒M11.0L上市及瑞麒品牌第100家4S店开业发布会上,金戈波表示,奇瑞的上市工作已经重启,承销商也已经选定,至于具体时间,他以“将选择最有利的时机上市”作答。细数目前国内的主流自主品牌,长安、吉利、长城、比亚迪都分别在内地和香港股市上市,对于将目标锁定为“3至5家产销量在100万辆”阵营的奇瑞而言,借助上市实现资金运作的市场化已经成为当务之急。

在上市工作进行的同时,奇瑞的多品牌战略也在加快推进。预计年内至少还将有5款车上市。其中,奇瑞品牌下的风云II代三厢版将于9月底上市,剑指中级车市场的三厢轿车瑞麒G5以及入门级越野车X1都已确定将在今年10月底上市。此外,主攻中高端多功能MPV和运动型多用途SUV以及轻型客车威麟品牌也将于9月2日正式发布,包括X5越野车在内的两款新车都将在年内推出。在经销商网络上,目前,瑞麒已经签约的经销商有180家,通过验收开通经营权的达到100家,最终的目标是300家。“预计今年将完成瑞麒60%的市场开发工作。”麒麟汽车销售有限公司市场部副部长武晨表示。

除了已经规划的三大品牌,奇瑞方面同时透露,目前已经在规划一个与通用凯迪拉克同级别的豪华品牌,但没有透露具体时间和细节,只表示这是一个“未来”必将实现的构想。

## 东风汽车上半年净利润下滑近6成

晨报讯(记者刘晓林)东风汽车于日前发布了上半年的业绩报告,受出口下滑等市场因素的影响,上半年净利润同比下滑近6成。

东风汽车上半年净利润为1.26亿元,与去年同期的3.09亿元相比,下滑幅度高达59.32%。上半年共销售汽车9.49万辆,同比下降9.5%;其中轻卡销售7.48万辆,同比下降6.3%;客车及商用车底盘销售1.25万辆,同比下降29.4%;SUV及MPV销售0.77万辆,同比增长2.3%。营业利润率比上年减少了0.31个百分点。

报告指出,汽车销售及公司收益均完成年度目标的50%以上,实现时间过半、任务过半。但对上半年行业增量的低增速产品准备不足导致东风汽车在县级及以下网络下沉力度不够;同时,出口市场的下滑也给她销售造成了影响。数据显示,东风汽车上半年的利润率比上年减少了0.31个百分点。

加上东风集团,国内已有4家上市车企上半年净利润出现大幅下滑,此前,江淮汽车、华晨汽车以及长城汽车分别公布了上半年业绩,净利润都出现了较大幅度的同比下滑。