

# 赞助APEC, 北汽集团打造自主品牌风景线

■本报记者 丁军杰

8月4日,2014年亚太经合组织(简称APEC)会议赞助签约仪式在北京举行,北汽集团、加多宝集团、中粮集团等9家国内品牌企业成为首批正式赞助商。作为此次会议官方指定用车赞助单位的北汽集团格外引人注目。

据记者从北汽集团获得的消息,经过市筹办办严格筛选后,北汽集团旗下包括北京汽车、福田汽车、北汽新能源汽车等企业的自主品牌乘用车、商用客车成为“2014年亚太经合组织会议官方指定用车”,北汽集团将首批交付2014年APEC第三次高官会官方指定用车105辆。其中,新能源纯电动汽车作为APEC会议官方指定用车尚属首次。会议期间将出现一道闪耀着北汽集团旗下各自主品牌的流动风景。

以庞大自主品牌阵容亮相APEC会议,是北汽集团实力的一次集中展示。北汽集团董事长徐和谊曾表示,“中国能否成为汽车强国,最重要的衡量标准就是有没有世界级的汽车品牌。”而赞助APEC会议,旗下各自主品牌齐上阵,无疑显露出北汽集团做大自主品牌的雄心。

北汽集团近年来的创新发展所取得的一系列成果,为其勃勃雄心提供底气和资本。

7月7日晚,美国《财富》杂志“2014年世界500强企业”名单公布,北汽集团以营业收入43323.9百万美元再次跻身全球500强,排名第248位,名次比去年大幅度提升88位。同比2012年,北汽集团营业收入增长率达到29.8%。在全部6家上榜中国企业中排名第四,位列上汽、一汽、东风之后,稳居国内车企“四大”。

自2013年跻身世界500强,意味着北汽集团已经进入中国汽车产业集团第一阵营,同时也敦促北汽集团进一步向全国性经营和国际化经营以及内涵式增长的转变。

在徐和谊看来,转型发展、塑造国际品牌是北汽集团作为中国主要汽车集团、北京市属高端制造业义不容辞的责任。

“品牌是北汽集团国际化发展的首要追求。”徐和谊表示,“国际化发展的理想顺序是:先做品牌、再做服务、最后销量水到渠成。”徐和谊认为这必须依靠自主品牌来实现,打造自主品牌要拥有核心竞争力,首先要拥有自主知识产权的技术,其次是拥有独立的品牌,第三是拥有完整的技术、生产、质量和销售体系。

在自主技术能力提升方面,北汽集团通过收购瑞典萨博技术平台,以集成创新、协同创新的模式获得了自主知识产权技术平台,并基于该平台开发了自主乘用车品牌“绅

宝”,研发体系建设也风生水起,据了解,萨博技术平台要为北汽自主品牌贡献的能量将远不止于此。

为了加速度实现集团化经营、跨越式发展,北汽集团在全国迅速展开布局,强势塑造自主品牌。2013年,通过扩建株洲基地,北汽有限整体搬迁河北黄骅,镇江、瑞丽基地启动建设,重组国内知名企业昌河汽车等一系列资源重组,北汽集团在全国建立了8大乘用车生产基地。在商用车领域,北汽福田已经在全国建成9个生产基地,并开始在印度、俄罗斯等战略市场谋划独资建设工厂。

在新能源领域,北汽集团更是着力抢占先机。

近两年,北汽集团在掌握电池、电机、电控系统三大电动车核心部件及全产业链方面积极努力并取得成果。今年3月21日,“北京新能源汽车股份有限公司”挂牌成立。在产品层面北汽集团将规划小型、中型等满足公务、私人使用的新能源产品。在技术布局上,北汽集团与美国Atieva公司签订股权认购协议,成为第一大股东;与德国西门子公司共同成立合资公司在京生产高性能、高效能驱动电机及系统。

在这次APEC会议,北汽新能源电动汽车将作为官方指定用车提供服务。这也是



8月4日,2014年亚太经合组织会议赞助签约仪式在北京举行,北汽集团成为首批赞助商。范继文 摄/CFP供图

APEC会议车辆赞助中纯电动车辆首次亮相。借助APEC国际性舞台,对旗下新能源技术进行首次集中展示,这也体现了北汽集团做新能源的决心和对自身产品实力的信心。

针对此次成为APEC特别赞助单位,北汽集团总经理张夕勇表示,目前的北汽集团

正处于大力推动集团国际化、加强自主品牌发展、加速新能源汽车产业发展等产业升级的重要时刻,参与APEC会议相关内容与活动将是北汽集团与国际交流的最好平台,也是北汽集团进一步扩大国际知名度和品牌信任度的重要载体。

## 车市“价格战”若隐若现

■李永钧

眼下,车市下半年销售大戏已经开锣登场。日前,斯柯达中国宣布全系让利活动;其中明锐让1万元,帝帝让2万元,速派让3万元,让利幅度不可谓不大。无独有偶,东风日产最近宣布,启辰R30以3.99万元的低价位入市,抢食其他车企不太重视的廉价低端市场,必将掀起波澜。这会是今年下半年车市“价格战”的信号吗?

今年上半年,尽管市场竞争十分激烈,但并未出现大规模的“价格战”;但近期,随着汽车厂家产能的进一步提升,而消费需求增长缓慢,促成车市“价格战”的两大因素已悄然形成。

目前,车市开始出现明显变化,具体表现为个别热销车型订车等待时间缩短,同时现车价格优惠幅度也有所增加,而变化的背后则是库存的增加。

中国汽车流通协会发布最新一期“中国汽车经销商库存预警指数”显示,2014年6月汽车经销商库存预警指数为58.9%,环比上月升了9.6%,超50%的警戒线水平。

乘联会统计数据显示,6月份狭义乘用车总销量为135.5万辆,根据库存指数推算的经销商终端库存量约为229万辆,其中合理库存约163万辆,超过合理库存水平约66万辆,占用资金约为924亿元,资金压力显著。

库存压力加大的重要原因是6月是上半年最后一个月,汽车厂家为实现“时间过半,任务过半”的目标,向经销商压库存拉高销量。不过由于终端销售不及预期,这也使得6月经销商库存创下新高。

一位不愿透露姓名的自主品牌经销商表示:“6月到店的车辆数量增加了将近3成,厂家一味要求完成销量目标,但实际市场表现却低于预期,如果这种销售情况继续下去,大幅降价将不可避免。”

中国汽车流通协会预计,6月的库存压力到7月份也唯有改观。经销商库存预警指数显示,6月份整个车市需求明显减少,市场需求指数环比下降17.1个百分点;而7月份,半数经销商认为市场需求与6月基本持平,这意味着车市淡季将持续。7月车市表现将略差于6月份,库存压力还将继续加大。

面临着传统销售淡季7、8月份的不断深入,剩下的法宝只剩下降价,形成“价格战”的第一个因素业已形成。

形成“价格战”的另一个因素在于汽车厂家本身。虽然中国车市的容量在不断扩大,但是分食这块蛋糕的“列强”实在太多,供大于求。

今年上半年,完成年初目标销售量的车企只是少数,多数车企没有完成中期目标;日系车企中没有一家企业“中考”及格,长城、吉利、比亚迪等自主品牌均没有完成预定销售目标。

进入下半年后,很多车企都坐不住了,各种促销对策将逐步上演。于是,前段时间不见的促销、降价开始频频出现。其中悦动降2.3万元,凯越降2.6万元,科鲁兹优惠2.9万元,荣威350优惠2.02万元,马自达3星驰优惠2.8万元。

这样看来,今年下半年,车市中短兵相接的肉搏大战必将上演。按照往年的惯例,“金九银十”和临近年末,车企将会打出降价促销。但今年,以斯柯达让利和启辰R30低价上市为开端,热闹的车市“价格战”或将提前打响。

■文 岩

工商总局日前发布公告称,自10月1日起,将停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案工作。并自8月20日起,工商总局将不再接收汽车供应商报送的备案材料。工商总局在文件中指出,此举是为了“依法强化对汽车经营行为的监管,维护消费者的合法权益和公平竞争的市场秩序。”

2005年4月1日实施的《汽车品牌销售实施管理办法》,奠定了我国汽车销售的基本模式。长久以来,在这种模式下汽车厂商和经销商的地位严重不匹配,厂商关系紧张而产生的问题也经常出现;另外,很容易垄断市场资源,实施暴利营销,甚至出现非公平竞争的局面。因此长期以来业界一直呼吁对《办法》进行修改。而工商总局此次公告的发布,标志着国家对反垄断的界定终于有了一个政策性的解释。更为重要的是,释放了一个积极信号,即影响中国汽车销售模式近10年之久的《汽车品牌销售实施管理办法》后续也将会相应的调整。

其实,从今年年初开始,由发改委、商务部和国家工商总局共同牵头开展的对高档

## 叫停“品牌授权”,销售业态或迎变局

进行备案。

另外,停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案后,汽车企业对经销商管控会弱化,工商总局对经销商的管理也将松散,在四五线城市,一家4S店可以同时卖多个品牌,不再受“授权”和品牌管理办法的约束,未来很有可能出现很多“汽车大卖场”,“汽车超市”类似的情况,市场将会很快活跃起来。

然而,也有一些人士认为叫停经销商备案,虽然对未来销售模式多元化发展提供了政策支持,但将不利于厂家的市场管理。因为市场活跃了,市场上会出现很多乱象,传统4S店成本高肯定比不过汽车大卖场,多品牌经销商将受益,弱势品牌会走弱。另一方面,叫停经销商备案后,是否今

后只要是汽车销售公司,就可以无视目前

的品牌壁垒,什么车都可以卖了?厂家、大区和经销商之间,会不会保持之前的模式?

此外,虽然政策对改变进口车销售模式有积极作用。但要想彻底改变目前的销售模式也并不容易,比如即便是授权总经销商的名称改为“汽车销售”公司,但又如何改变某一车企就是只向原指定经销商供货的局面呢?显然目前还缺乏这方面的跟进文件;还有,终端经销商就算建立起来了,但还是拿不到货(汽车)怎么办?种种问题,表明政策还需要进一步完善。

不过,总的来说,工商总局此次下发文件,对于营造汽车市场公平竞争的环境意义重大。对于消费者来说,反垄断大锤即将落下,未来将能获得更多更好的合法权益。

## 利好消息不断 各地力促新能源汽车发展

本报讯(实习生秦红)近来,相关部门和各地政府支持新能源汽车发展的政策密集出台,财政补贴力度加大,充电网络将越健全,新能源汽车市场有望迎来快速增长期。

近日,国家发展改革委下发《关于电动汽车用电价格政策有关问题的通知》,明确规定居民家庭住宅、住宅小区等充电设施用电,执行居民电价。7月21日,国务院办公厅对外发布了《关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》,内容包括取消新能源汽车地方推广目录,放开生产准入,充电设施纳入城市规划,加大税后优惠等。

国家牵头推广新能源车,地方政府也纷纷实行进一步的推广措施。据了解,根据规划,北京市2014年年底前将完成1000个快速充电桩建设,在五环内初步建成5公里半径快速充电网络。覆盖中心城区和近郊,充电半小时

本能为普通的新能源汽车续航100公里。

近日,上海向国家四部委申报的《上海市新能源汽车推广应用实施方案(2013-2015年)》获得批准,明确了到2015年,上海将实现13000辆新能源汽车推广应用目标。在充电设施方面,2013-2014年共建设交直流充电桩约1800个,2015年4200个左右。

天津市印发了《天津市新能源汽车财政补贴管理办法》。市财政与中央财政按照1:1比例,对纳入国家新能源汽车推广目录,在津销售的新能源汽车给予补贴,补贴额度最高达11.4万元,补贴期限至2015年12月底。

根据武汉市出台的新能源汽车政策,市民使用新能源汽车将免收城市道路桥梁隧道车辆通行费,新能源汽车还将免费在指定的公共充电设施场所充电。另外,纯电动汽车在武汉市内通行,不受尾号限制。



中国汽车流通协会常务副会长沈进军近日透露,我国汽车保有量已达1.37亿辆。

张海波 摄/CFP供图

## 大众新速腾悬架断裂“极个别”说法遭质疑

■本报记者 戴明阳

今年4月以来,多名车主投诉一汽大众速腾后悬架出现断裂问题。一系列质量风波将这款紧凑型车中的“销量王”推上了汽车投诉榜的首位。

或许是车主投诉过多的压力,今年5月,新款速腾悄然回归了独立后悬架,并且价格不变,在配置方面也保持了原有功能。本来应该是好事,但一汽大众的这一举动,让车主和媒体更加确认了之前速腾的“非独立悬架”是存在安全隐患的。

据了解,速腾的后悬架断裂问题是由于速腾底盘原来为多连杆独立悬架设计,设计之初没有考虑安装扭力梁的问题。德国大众公司不知为何把高成本独立悬架改成低成本非独立悬架,这样只能把“减震弹簧在前,减震筒在后”的结构进行反向布局,变成了“减震筒在前,减震弹簧在后”。

据业内专家介绍,全世界扭力梁结构的车型,99%是“减震弹簧在前,减震筒在后”,而新速腾的这种结构违反了业界悬架布

局常规,后果就是车辆行进时,悬架摆动较大,悬架纵臂易产生金属疲劳,发生断裂。

7月22日,一汽大众通过官方微博发布相关声明,强调“速腾的后悬架断裂问题属于极个别案例”,并非设计和制造过程中出现的批量问题。

此声明一出,网友一片哗然。有网友表示,一汽大众不去反省自身出现的问题,简单地地把出现的后悬架断裂的情况都归结为“个案”,甚至将用户的反映称为“有意散布的不实信息”,非常不负责任。

上述声明发布后,关于速腾后悬架的投诉依然有增无减。从7月22日到7月29日之间,汽车投诉网接到近40件有关速腾后悬架的投诉。

据了解,自2012年3月,一汽大众新速腾上市后,一直位居A+市场的销量第一名,然而,在成为同级别车型销量冠军的同时,针对新速腾的投诉也愈演愈烈。如车门三段式铰链缩水,后备箱液压支架改成机械式、前后盖隔音棉消失以及后悬架由独立式改为半独立式。而后悬架

的改变,成为车主投诉新速腾的主要原因。

根据中国汽车质量网的统计,2014年1月1日~7月30日,在投诉数量排行榜中,一汽大众速腾以893条高居排行榜首位。其中,5月1日~7月30日,仅反映速腾后悬架存在安全隐患的投诉就高达671条。

一位车主在7月30日的投诉中称,“速腾后悬架出现多次断裂,而且在同一部位断裂,属于明显的质量问题。强烈要求一汽公司召回问题车辆更换后悬架,消除安全隐患。”

对于新速腾将后悬架改成独立式,记者从一汽大众的一位销售顾问口中得到了证实。该店销售顾问告诉记者,速腾改过二次后悬架系统。网上曝出来的可能是改之前的半独立式后悬架,这种后悬架的部分产品确实可能存在断裂问题。现在厂家把所有在售的产品全部改成独立式后悬架。独立式后悬架的车是不会有断裂问题的。

有业内人士在介绍半独立式后悬架和独立式后悬架的区别时,打了个比喻,半独立式后悬架相当于四个人抬的轿子,它的稳定系数不如独立式后悬架;独立式后悬架相当于八个



人抬的轿子,车子在过颠簸路段时会更稳定。

有业内专家表示,一汽大众既然承认产品有问题,就应该列出一个数据,出现这个问题的轿子到底有多少辆,不能仅仅以“极个别”一笔带过。

根据国务院2012年审议通过的《缺陷汽车产品召回管理条例(草案)》规定,批量汽车产品普遍存在安全危机使用质量问题的,应当立即停止生产、销售、进口,由其生产者实施召回,并及时发布产品缺陷信息。对实施召回的缺陷汽车产品,生产者应当及时采取措施消除缺陷。

分析人士指出,这次一汽大众发表的声明是一次典型而失败的危机公关,大众的品牌形象在去年央视“3·15”晚会曝光的DSG事件之后再次遭遇危机,毕竟任何品牌的生存和发展都要依赖消费者支持,“得民心者得天下”。

### 法拉利第二期百万植树计划启动

本报讯(记者丁军杰)近日,法拉利发起了主题为“绿动·跃马行”的内蒙古植树之旅。这是法拉利在中国的第二期“百万植树计划”,旨在为环境保护及可持续发展做出贡献。

据介绍,迄今为止,法拉利在该项目中共捐赠了111267棵树木,公益林的面积达到1693亩。同时,法拉利在生产过程中全部采用自产的洁净能源,同时所有的工厂建筑也按照相应的环保要求所建立。

近年来在产品研发方面,法拉利已投入近17%的年营业额,在过去的几年中成功将产品的二氧化碳排放量减少了40%,但功率增加了100马力。为了使节能减排的工作更有成效,法拉利承诺未来5年将在减排研发工作中投入2.5亿欧元。

法拉利大中华区总裁兼首席执行官范文闻表示,“法拉利每年在全球范围内生产销售的跑车非常有限,但作为全球超跑的领军品牌,法拉利始终坚持将可持续发展作为全球最重要的战略之一。”

### 雪佛兰全新一代科鲁兹将上市

本报讯(记者丁军杰)8月4日,上海通用汽车宣布雪佛兰全新一代科鲁兹即将于8月22日正式上市,以“出发遇见新的自己”为主题的雪佛兰全新一代科鲁兹“冰火试驾营”活动招募也将同步启动。

全新一代科鲁兹是在通用汽车新一代紧凑型中级车平台上诞生的首款车型,由通用汽车欧洲团队主导,基于通用汽车全球最先进行产品架构而开发,在动力总成、燃油经济性、车身轻量化、底盘操控和人性化科技等方面都达到了同级的最高水准。

全新一代科鲁兹在今年4月北京车展“年轻·创造”雪佛兰之夜全球首发,引发持续关注,“法拉利每年在全球范围内生产销售的跑车非常有限,但作为全球超跑的领军品牌,法拉利始终坚持将可持续发展作为全球最重要的战略之一。”

同时,还搭载MyLink2.0智能车载互联系统和同级最大的8英寸多点触控电容屏,可畅享智能导航、智能手机双屏互动投射、智能语音功能及丰富的娱乐和通讯功能。

### 英明年初允许无人驾驶汽车上路测试

据新华社电(记者刘石磊)英国政府日前宣布,将从明年1月开始,在英国至多3个试点城市测试无人驾驶汽车,并将考虑重新调整交通规则,为这种新型汽车“铺路”。

据悉,英国政府将从明年1月开始进行长达18至36个月的无人驾驶汽车上路测试,获选城市将可分享政府提供的价值1000万英镑(约合1亿元人民币)的补贴。

此外,英国政府还将对目前的交通规则进行重新审视,如有必要将作出调整,为无人驾驶汽车上路创造条件。

英国交通大臣克萊尔·佩里表示,无人驾驶汽车可望给英国交通系统带来重大改变,比如提高驾驶安全性,减少交通拥堵,降低二氧化碳等废气排放,“我们将努力创造条件让无人驾驶汽车尽快实现这些可能”。

据介绍,英国已经有多家研究机构和汽车企业开始了无人驾驶汽车试验,但受到交通规则等方面的限制,无人驾驶汽车尚无法在公共路段行驶。

### 全球车企上半年销量三甲出炉

本报讯日前,全球车企上半年总销量排行榜前三甲出炉,但冠军的花冠花落谁家,仍存悬念。

2014年上半年,丰田汽车销量达509.7万辆,同比增长3.8%。大众汽车方面公布的销量为497.1万辆,但未将曼恩和斯堪尼亚两大商用车子公司销量计入在内。根据统计方式的的不同,冠军归属或存在争议和不确定因素。通用汽车492.1万辆的销量紧随丰田、大众之后。

公开数据显示,2014年上半年全球市场的汽车总销量约为4376万辆,而中国占据全球销量27%比重,在各国中排名第一。

大众和通用汽车最大的销售市场为中国。据中国汽车工业协会数据显示,上半年中国乘用车销量为960万辆,同比增幅为11%。大众中国市场份额超过180万辆,增幅为18%。同时,大众计划在2014年至2018年间投资182亿欧元(约合244亿美元)用于与其中国合资方新建工厂及研发新车型。

据了解,为力保全球霸主地位,丰田正在中国市场加速发力。近日,丰田首个在海外投资生产CVT无极变速器的生产基地在中国开业,暂时规划月产量4000台,未来将逐步增加到20000台,力争卡罗拉和雷凌的CVT无极变速器100%国产化。

(秦红)

### 德国KSPG集团加强与中资企业合作

本报讯日前,全球百强汽车配件供应商德国KSPG集团与上汽集团控股的华域汽车系统股份有限公司签署了新的合作协议,进一步加强与中资企业在汽车配件市场的合作。

根据这一协议,合资运营的企业总部设在德国的内卡尔苏姆,双方各占50%的股份,主要开展汽车铝合金铸件业务,采用最先进的铸铝加工及轻量化新技术,产品包括低压及高压铸造缸体、缸体裙架、铝合金车身结构件等,为全球及中国的汽车制造商提供高技术创新产品。

KSPG首席执行官霍斯特·宾尼希表示,铸件业务是企业战略的重要组成部分,希望与华域公司一起在未来几年内,通过结合德国和中国的现有产能并扩展市场,发展成为国际领先的铝合金铸件汽车零部件制造商。

(英雯)