

一汽夏利
上半年业绩急速下滑

本报讯(记者戴明阳)日前,天津一汽夏利汽车股份有限公司(以下简称一汽夏利)公布了2014年上半年度业绩预告。报告显示,今年上半年一汽夏利业绩预计亏损4至4.6亿元,相较去年同期盈利458万元,业绩或将下滑8831%至10140%。

业内分析人士认为,该公司目前正处在产品结构调整转型期,受市场消费升级、部分城市限购、国家节油补贴政策调整等因素的影响,经济型轿车市场出现负增长,公司的产销、经营受到了一定的影响。

中投顾问研究总监郭凡礼认为,一汽夏利经营状况大幅恶化与集团总公司战略定位有直接关系,夏利多年来的市场积累功亏一篑,产品研发、市场推广、售后服务等各项运作均难以取得良好效果。

据记者了解,一汽着力发展的是旗下红旗、奔腾等高端品牌汽车,夏利仅是填补小型车的空缺而存在,一汽对夏利的资金、技术等各方面的投入都是少之又少的。

未来夏利若要试图扭转颓势必须从改变定位着手。

某汽车行业分析师告诉记者,在自主品牌汽车持续低潮的大背景下,夏利汽车想要翻身着实不易。“由于汽车消费升级,自主品牌汽车本身档次就比较低,夏利在自主品牌里档次几乎就是最低的,所以没人再去买夏利车了。”

**车检新政实施
首日3.5万名车主免检领标**

据新华社电(记者罗沙邹伟)公安部、质检总局联合推出的试行私家车6年内免检等车检改革新政9月1日正式实施。记者从公安部获悉,9月1日当天各地公安机关交通管理共为3.5万辆免检私家车核发了检验标志,免检改革新政顺利实施。

据公安部介绍,车检新政实施前,各地公安机关交通管理提前做好免检新政实施准备,加强提示告知服务,简化办事流程,在车管所、车管分所、机动车登记服务站、交通违法处理窗口、二手车交易市场等场所设立检验标志核发窗口3500多个,方便广大车主就近领取检验标志。

9月1日当天,北京市各车管所、车管站、执法站、旧车交易市场等60处办理点共为免检车核发检验合格标志2026张。为方便群众申领检验标志,北京交管局开通了互联网和电话服务平台,群众可以通过拨打交管服务电话12122或登录网上车管所申领免检车辆检验标志,交管部门还委托邮政人员上门收取资料、发送检验标志和行驶证。

南京交警支队在车管所、机动车登记服务站、交通违法处理窗口、二手车交易市场等61处场所设立检验标志核发窗口,方便免检车辆车主就近申领。有前来办理车检业务的市民表示,这项便民举措切合公众需求,让公众切实感受到了车检服务正在日益方便群众、贴近民心。

**工信部:
甲醇汽车试点将扩大为“四省一市”**

据新华社电(记者叶健吕梦琦)正在山西省晋中市举行的全国甲醇汽车试点工作会议上,工信部副部长苏波表示,工信部同意将贵州和甘肃纳入全国甲醇汽车试点。由此,甲醇汽车试点将在山西、陕西和上海的基础上扩大为“四省一市”。

苏波说,在对前期试点工作进行评估基础上,考虑到投入试点的甲醇汽车型号仍较少,根据贵州省和甘肃省的申请,同意将贵州省、甘肃省纳入甲醇汽车试点。

苏波介绍,今年6月,甲醇汽车试点工作组完成了贵阳市、平凉市和兰州市试点实施方案的备案审查工作。3个城市计划投入试点运行甲醇汽车1800辆,目前正在按照专家组意见进一步修改完善实施方案,并积极落实试点启动前的各项准备工作。

2012年,工信部正式启动在山西省、上海市和陕西省开展甲醇汽车试点工作。截至目前为止,包括甲醇轿车、甲醇重型商用车、甲醇城市客车、微型车共281辆甲醇汽车投入运行。

在此次会议上公布的有关技术检测结果显示,试点甲醇车辆运行平稳正常,最高车速、加速性能、爬坡性能均与设计指标相当,日常维护与其他车辆相当。

**一汽-大众
召回部分进口奥迪Q7车型**

据新华社电(记者徐庆松)质检总局日前发布消息称,一汽-大众汽车有限公司,将自2014年9月5日起,召回部分2012年至2013年款进口奥迪Q7(3.0 TDI)车型,生产日期为2012年3月25日至2012年7月28日。据该公司统计,在中国大陆地区涉及486辆。

本次召回范围内车辆,真空管保护套在装配时可能形成塑料碎屑,导致与发动机连接的真空管路上的止回阀不密封,机油有可能通过真空管路进入制动助力器中,造成制动助力器的膜片磨损,制动助力性能下降。

该公司将对召回范围内的车辆免费更换增加止回阀的发动机至前围板的真空管路,并检查前围板至制动助力器间的真空管路,必要时更换前围板至制动助力器间的真空管路和制动助力器,以消除隐患。该公司将从2014年9月5日开始通知相关客户,以安排相关的免费零部件更换。

流通效率提高 交易成本降低

联姻电商,二手车市场将迎新突破

■本报记者 孙喜保

因为电子商务的加入,最近两年平稳发展的国内二手车市场,或将迎来新一轮的爆发期。9月1日,中国汽车流通协会副秘书长沈荣在接受本报记者采访时称,二手车商家的纷纷“触电”将会使整个行业快速增长。

二手车市场频频“触电”

近期以来,汽车企业与电商在二手车领域的合作日益频繁。

8月15日,易车网宣布,已与联拓集团和优信拍(北京)信息技术有限公司(以下简称优信拍)签署协议,共同成立一家合资公司,将把三方的全国资源整合到一个线上到线下的O2O(online-to-offline)平台,服务于中国的高端二手车市场。

8月18日,易车网与上海永达汽车集团有限公司、优信拍在上海签署三方合作协议,共同成立二手车合资公司,打造中国专业的连锁二手车交易服务供应商。

8月19日,广汇汽车服务股份公司与阿里巴巴集团在杭州正式签署了战略合作协议,共同打造二手车O2O交易平台。

今年4月份,庞大汽贸集团股份有限公司与易车网、优信拍在京签署三方合作协议,共同成立“庞大智信认证二手车合资公司”,旨在成为中国最大的专业二手车交易服务提供商,面向全国乃至周边国家进行二手车业务连锁经营。

据沈荣介绍,近期,在二手车“触电”领域,还将有更大的动作,一些大的电商企业



小木 摄/CFP供图

也可能加入到二手车交易市场。

这些合作的主要特征也比较明显,均采取汽车经销商集团+汽车服务网站+交易平台模式。经销商集团提供认证车源及售后服务,电商集团提供平台与潜在客户资源,使整个销售市场扁平化,提高了二手车流通的效率并有利于降低成本。

有助扩大市场规模

业内人士预计,电商的纷纷加入,对于扩大我国二手车市场的规模将起到非常大的助推作用。

近年来,我国的二手车交易市场规模在不断扩大,从2004年的月销售量不足20万辆,到目前稳定在50万辆左右,市场已经扩大了一倍多。

中国汽车流通协会提供的数据显示,今年1月至7月份,我国二手车交易量达334.76万辆,相比上年同期增长13.62%,交易额达2016.13亿元,相比上年同期上涨27.62%。其中,2014年7月共交易二手车52.38万辆,环比6月增长2.89%,与去年同期相比增长17.30%。

虽然二手车市场取得了较快速的发展,

但依然难掩市场整体规模较小的弊端。

2013年,我国二手车交易量虽然达到810万辆,但在新车销售量突破两千万辆和汽车保有量超过1.3亿辆的背景下,这一数据还显得不够漂亮。

据沈荣介绍,在国际成熟的二手车市场,新旧机动车的交易比例至少在1比1,这样才算是比较稳定的市场。比如在美国,其每年新机动车的销售量大约在1300万辆,而二手车的销售量则达到了4000万辆,远远多于新车的交易量。

近两年,随着电商的纷纷加入,整个二手车市场交易量呈现出良好的增长态势。

中国汽车流通协会提供的数据显示,中国二手车电商市场在过去两年呈现高速发展态势,不论是成交量还是交易金额,每个季度的同比增长率均超过100%,预计这样的高速增长在未来几年仍将保持。

沈荣也认为,我国二手车电商市场的发展尚处于初级阶段,市场先行者具有先发优势,竞争格局相对集中。根据易观智库数据显示,2014年上半年国内最大的两家二手车电商分别是车易拍(成交量约10万辆)和优信拍(成交量约4万辆)。

虽然市场规模在不断扩大,但是在沈荣看来,由于受到各地限迁、税收等政策的制约,我国二手车市场的发展还受到各种束缚,尤其是电子商务的蓬勃兴起将会带来更多的不规范交易行为,这都需要汽车界人士努力改善。

透明和诚信是瓶颈

二手车电商的作用不言而喻,其通过互

众泰Z300后桥质量缺陷致轮胎磨损异常

本报讯 轮胎是汽车配件中比较容易出现纠纷的部件之一,由于受到驾驶习惯、路况等客观因素的影响,在责任认定方面往往会出现互相推诿的情况。近期,众泰Z300的车主就遇到了此类问题。据中国汽车质量网报道,有车主投诉众泰Z300车型因后桥易发生形变导致轮胎出现异常磨损现象,虽然目前部分车主已免费更换了后桥总成,但轮胎的损失谁来承担却陷入僵局。

2014年以来,中国汽车质量网接连收到多宗有关众泰Z300车型后轮吃胎偏磨问题的投诉。车主反映在做第二、三次保养时,发现Z300的后轮轮胎花纹几乎磨平。对于一只只跑了一万多公里的车而言,这种情况明显不正常。投诉信息显示,虽然大部分问题车辆为2012款车型,但其中也不乏2014款众泰Z300的身影。

据中国汽车质量网报道称,目前众泰汽车并未就此问题向车主做出任何解释说明,只是出现问题后按个案进行处理。但一些车主表示,很多同期购买Z300的车主都遇到了同样的问题。

目前,已有多位车主通过投诉免费更换了后桥总成,但新问题又接踵而至,虽然后桥总成可以通过索赔方式进行更换,但几乎报废的轮胎同样需要更换,而这部分费用应该由谁来承担,车主在与4S店交涉过程中僵持不下。

不少众泰Z300车主表示,在轮胎赔偿方面,4S店以“轮胎质保期为5000公里,已经超出保修范围”或“属于人为原因”等借口予以回绝。

据了解,质量问题的连带责任并未在《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》(以下简称汽车三包)中明确规定,但在汽车三包第七章争议处理中规定,在责任发生争议后,消费者可以与经营者协商解决,同时可以依法向质量技术监督部门等有关行政部门申诉进行处理。车主们认为,生产企业不能拒绝消费者的合理诉求,既然厂家可以免费更换后桥,为轮胎埋单也并不为过。

(韩伟)

■本报记者 孙喜保

9月1日,中国汽车流通协会副秘书长刘文姬在接受本报记者采访时称,中国汽车行业的反垄断或将成为常态,而不是外界所猜测的一阵风。

据刘文姬介绍,中国汽车流通协会从2012年开始协助国家发改委价格监督与反垄断局重点对汽车品牌总经销商与销售商(4S店)的销售协议和商务政策进行了调研,并在发改委指导下对“乘用车经销商商务政策合规性实证研究”“乘用车配件供应渠道限制实证研究”等课题进行了研究。

调研发现,各品牌的经销商协议和商务政策有很大的相似性,在整车、配件销售和维修保养方面不同程度都存在与《反垄断法》相冲突的商务政策。“可以说在经销商与销售商(4S店)纵向关系中,存在许多限制竞争的行为。”刘文姬说。

据刘文姬介绍,整车销售方面的纵向垄断行为调查研究是非常重要的部分。主要包括限制4S店整车销售价格和整车销售区域限制。

比如厂家通过年度、季度、月度商务政策,或日常通函、资讯、通知、工联单等形式对某种车型进行价格限制,其中包括固定

汽车产业反垄断或将成常态

销售价格、限定最低销售价格、对指导价或建议零售价限制折扣范围。

为了处罚不遵循商务政策的经销商,品牌总经销商建立了一套监督和处罚体系。例如采取通过第三方审计(检查销售发票)考核,减少变动毛利返利,或减少紧俏车型供货等措施。在刘文姬看来,这些行为与《反垄断法》第14条条款相冲突。

而在整车销售区域限制方面,国内厂家和经销商也存在着与《反垄断法》相冲突的行为。比如国内普遍存在的限制4S店销售区域,在经销商协议中指定销售区域;限制4S店对销售区域外客户销售。

如果经销商违反了这些规定,也同样会受到厂家和总经销商的处罚,比如扣除非销售车辆的返利,或减少紧俏车型的供货等。

比如厂家通过年度、季度、月度商务政策,或日常通函、资讯、通知、工联单等形式对某种车型进行价格限制,其中包括固定

通报批评、警告等一般性惩罚。”刘文姬说。

据刘文姬介绍,目前国内的汽车销售领域,普遍存在类似的涉嫌垄断行为。不仅如此,在配件销售和维修服务方面也同样存在与《反垄断法》相抵触的行为。比如,总经销商限制配件供应渠道,限制4S店向其他供应商购买配件,对4S店配件销量和采购进行检查考核,对擅自采购的经销商给予处罚等。

刘文姬表示,总经销商对于4S店购买配件行为的处罚亦相当严厉。总经销商会视情节严重程度处以10~50万元/次或采购金额10倍违约罚金,并取消当期奖励。

而对于违规外销行为,则视情节严重程度处以10~100万元/次或采购金额100倍违约罚金,并取消当期奖励。

这些行为都违反我国《反垄断法》14条兜底条款、17条滥用市场支配地位条款。

的CROSS、1款A级轿车和1款A0级轿车,未来通过升级换代不断提升产品力,打造精品。

生产方面,凯翼将采取目前大部分手机企业所实行的委托代工和租赁模式,以实现轻资产的运作。

对于产品研发,凯翼将采取智能研发、联合创新、消费者参与相结合的研发模式。通过模块化、标准化、通用化为一体的平台化,增强零部件通用水平并逐步减少产品研发周期。通过与互联网企业成立“联合实验室”,开发基于未来产品的智能互联系统。

在销售渠道方面,凯翼也会尝试创新。目前由于受到电商的冲击以及传统4S店经营高投入模式的难以维继,凯翼将积极探索互联网与实体店相配合的全新销售模式。未来,消费者将可以不用再去4S店而实现在线选车、预约上门体验、在线购车等全部环节,满足消费者在互联时代更加便捷的购车需求。

抱着对汽车互联时代的畅想,凯翼登场,其发展结果如何令人关注。

汽车再添新品牌 “凯翼”正式发布

本报讯(记者丁军杰)汽车再添新品牌。

8月28日,倍受关注的凯翼汽车在成都车展前夕举行品牌发布会,宣告其品牌正式成立,并同时发布了一款A级SUV概念车i-cx。

凯翼汽车总经理郑兆瑞在发布会上表示:“凯翼的目标是成为创新的互联网汽车企业,既是挑战,也是机遇。奇瑞控股集团正是看到了这一发展趋势,同时结合多年来在汽车行业探索和实践形成的技术资源、产能资源和人力资源,希望打造一个创新的企业,探索出一条全新的汽车行业发展模式。”

作为一个新的汽车品牌,如何能够在现已白热化的中国汽车市场开创出一片天地?对此,郑兆瑞表示:“2013年,中国汽车市场年销量超过2000万辆,有近百个汽车品牌500多个汽车产品,分别是美国的2.1倍和1.8倍。毫无疑问,中国不仅是全球最大的汽车市场,也是全球竞争最为激烈的汽车市场。

然而,随着互联网在中国的发展,中国消费者对汽车智能互联的需求,电商发展对传统汽车营销模式的冲击以及能源危机、环境危机对汽车传统动力形式的挑战,汽车行业将迎来一次行业性的变革。这种变革,对所有的汽车企业来说,既是挑战,也是机遇。奇瑞控股集团正是看到了这一发展趋势,同时结合多年来在汽车行业探索和实践形成的技术资源、产能资源和人力资源,希望打造一个创新的企业,探索出一条全新的汽车行业发展模式。”

作为一个新诞生的品牌,如何能够在现有强势车企中立足,郑兆瑞的回答是:“凯翼将着力打造以新、轻、精、智、赢为核心的竞争

优势。”

“新”,即新思维、新模式,用互联网思维探索研发、生产、营销等环节,打造一个运用互联网创新发展模式的全新汽车品牌。“轻”

指轻资产运作,是指聚焦资源,专注于研发和品牌营销等核心领域,达到快速响应市场需求,实现低成本运作的目标。“精”是实现对全链条的精准把控,精益生产、生产精品,同时精简产品数量,把资金和技术专注在细分市场,全力打造凯翼“5+1”产品。“智”是指凯翼通过整合最顶尖的行业人才和国内领先的互联网科技企业以及采用以平台化为核心的智能研发模式,把智联应用和互联网完整地运用在智能化的车身上面。“赢”是指凯翼通过

通过利益共享,实现用户、合作伙伴、企业和社会的共赢。

在平台化战略以及打造精品车型策略的指引下,凯翼第一代产品设定了“5+1”的产品规划,所规划的产品体系少而精,主要是6款车。这6款车包括1款A0级SUV、1款A级SUV、1款MPV、1款基于SUV和MPV

车企需提高召回“自检”意识

情况来看,多数汽车厂商在召回的态度上也都从“被动”转向“主动”。

另外,“主动”召回在近期相对集中出现,并非偶然,而是汽车行业的一种整体趋势。一方面是由于监管力度的加强,促使汽车厂商在发现问题后进行“主动”召回;另一方面,随着整个行业的发展壮大,汽车厂商对于质量问题的发现、缺陷信息的收集和整理、以及问题车辆的处理速度都大大加快,这也是“主动”召回集中出现的原因之一。尽管召回的成本很大,但对问题避而不谈的代价更大。毕竟,在愈演愈烈的市场竞争中,赢得口碑是赢得市场的重要前提之一,更是车企激烈竞争下车企无法回避的责任。

应该说,汽车召回数量的剧增,其中有政策导向的作用。自2013年1月《缺陷产品召回管理条例》正式施行以来,从召回管理办法上升到管理条例,再加上由于质检总局的积极干预,召回次数和车辆数量都出现了明显的上升。而且,从去年到今年的

汽车,反观国内车市,高达2200多万辆的年销量,汽车召回量却只有500多万辆。</p