



盛景藏危机 企业暗布局

这是一个丰收的十月，大江南北都在庆祝中国汽车业的高速发展。长春，一场庆祝中国汽车销量突破1000万辆的盛典上演；上海，中国首家汽车合资企业——上海大众庆祝其累计产销量突破500万辆，成为最早跨过500万辆门槛的中国轿车企业。

从摸着石头过河，到暂时坐上全球汽车年销量冠军之座，中国汽车业似乎值得为这一刻自豪；跨国汽车巨头纷纷放低身段，研究中国消费者的需求和政策导向，以得到更大的市场份额；但有先见之明的中国汽车巨头们已经开始布局，以应对盛宴之下隐藏的危机。或许在今年年内，行业变局就将逐步显现。

◎记者 吴琼 ○编辑 王颖

中国汽车市场越来越引起全球关注。从传统汽车到新能源汽车，从整车到汽车零部件，这一切归功于庞大的内需消费。

中国汽车工业协会常务副会长董扬一席话，进一步点燃中国汽车市场的热度：预计在10月中旬汽车产销量有望突破千万辆，全年将有可能超过1200万辆。”这表示，中国汽车业会提前完成年初国家《汽车产业调整振兴规划》提出的2009年全国汽车产销量力争超过1000万辆的目标。业内甚至预计，中国汽车业将和日本、美国形成三足鼎立的新格局。

在年产销量突破1000万辆的光环背后，暗自埋下了中国汽车业的变局。在采访中，记者发现，一些有警觉的跨国汽车企业、中国整车企业正在纷纷提前布局，以求抢占先机。

南北两巨头打擂

当中国汽车业突破年销1000万辆的瓶颈时，南北两大汽车巨头——上汽集团、一汽集团打起擂台。

10月15日，上汽集团上海大众宣布，第500万辆轿车——主力中级车 Superb 昊锐下线，这也是最早跨入累计生产第500万辆轿车门槛的中国汽车企业；而地处长春的一汽集团也不甘示弱，打出了共和国汽车长子的旗号，将庆祝突破1000万辆的盛典揽入怀中，时间定在10月20日。

在这场看似漫不经心的对擂中，业内人士可以清楚地看到两家企业的差别：上汽集团强调其未来的盈利能力，当下完整的布局、乘用车的领先地位；而一汽集团则更强调其历史优势及目前领先对手商用车地位。

作为领先者，上汽集团、一汽集团都只是中国汽车发展的一个缩影。中国汽车消费市场的增长速度越来越快，因此企业销量突破百万辆的历程越来越短。以上海大众为例，突破第一个百万辆历时13年，而随后破百进程加快。2002年6月突破200万辆，2005年7月突破300万辆，2008年1月突破400万辆，2009年10月突破500万辆，尤其是第五个100万辆仅耗时一年多。

庆功宴背后，是2009年迅速复苏、超常增长的中国汽车市场。来自中国汽车工业协会的统计数据表示，今年前9个月，中国汽车总产销量分别为961.27万辆、966.27万辆，同比增长32.01%和34.24%，已经超过去年全年的销量。其中乘用车产销双超700万辆，分别达到715.59万辆和724.15万辆，同比增长37.93%和41.90%，增速创历年最高。

这种火热场面反令汽车企业苦恼。日前记者在飞机上偶遇上海大众一位德籍管理人员，谈到中国汽车市场时，他颇为无奈地说：没办法，没有库存。”面对旺盛的汽车消费需求，众多中国汽车企业都为供不应求烦恼。

与中国汽车市场相比，多数海外市场表现仍不理想，欧美汽车市场9月份重现低迷。9月，美国汽车市场的新车销量为74.6万辆，同比锐减22.7%；德国政府“以旧换新”计划的补贴资金耗尽后，9月份新车销量环比下降近50%；俄罗斯共销售汽车117981辆，同比下降52%，成为全球降幅最大汽车市场之一。俄罗斯超越德国成为欧洲最大汽车市场的梦想彻底破灭。欧洲商业协会汽车制造委员会主席David Thomas指出，今年是俄罗斯汽车市场非常艰难的一年，目前仍未看到第四季度可能出现回暖迹象。

盛景下未雨绸缪

当众人对中国汽车业的火爆兴奋时，一些有远见的机构和企业家看到的却是不确定性和风险。董扬此前四处奔走，呼吁明年延续扶持汽车发展的优惠政策。因为其担心政策效应减弱后明年汽车产销量可能出现下滑”。业内机构更担心，如果不延续出台利好，将会步美欧后尘，令明年中国汽车市场出现较大震荡。如此，未来中国汽车业或许会出现产能过剩的危机。

在采访多家汽车企业高层后，记者发现，企业正采取三种策略来应对可能出现的产能过剩危机。第一，加大出海步伐。近来，江淮汽车、奇瑞汽车纷纷传出在海外成立合资公司的消息，期待海外市场复苏后，帮助消化部分产能；第二，从微笑曲线的下端向中、上端延伸，从低附加值产品竞争转向向高附加值产品。10月12日，上海通用汽车就推出两款凯迪拉克全新换代SRX，旗舰版为57.8万元，豪华版为49.8万元。记者获悉，随着别克中高级车、豪华车凯迪拉克的热销，上海通用汽车将从销量高速增长转向盈利能力高速增长阶段。

第三种策略是，在寻求短期利益的同时，不少汽车企业开始加大对新能源汽车的投入，以求在未来十年内掌握市场先机。董扬在全国机械工业行业协会工作会议上透露，国内前十位整车企业已签署《电动汽车发展共同行动纲要》，将开展电动汽车专项调研，编制共同行动计划，成立电动汽车标准项目工作组，开展联合制订电动汽车标准的准备工作。这十家企业分别为上汽集团、一汽集团、东风汽车集团、长安汽车集团、广汽集团、北汽集团、中国重汽、华晨汽车、奇瑞汽车、江淮汽车。



记者观察

新通用汽车重生的底气

◎记者 吴琼 ○编辑 王颖

10月13日，新通用汽车总裁兼首席执行官韩德胜开始其就职后的首次亚洲之行，并将首站放在了上海，其下一站为韩国。韩德胜紧张的行程，无意间透露出通用汽车的未来战略。

摆在新通用汽车面前的难题不少。比如重新IPO、如何恢复在华尔街的上市地位、怎样解决当下及未来发展问题等，有时这些问题互为利害关系。这一系列因素形成了无法停止的压力，不断迫使韩德胜和他带领的新通用汽车绞尽脑汁“排雷”。

对新通用汽车而言，“卖子”输血不足以支撑未来发展。只有找到可持续的自我输血之路，才能重新赢得华尔街的信任。从韩德胜和新通用汽车高管的话语中，隐约闪现出几个关键词——中国上海、小排量汽车、研发能力、出口。

毫无疑问，上海将成为新通用汽车未来在全球重生的一个大后方，具体武器就是低成本的小排量汽车。无论是韩德胜还是新通用汽车公司执行副总裁兼国际运营部总裁罗瑞利都屡次提及通用汽车研发中心积极参与低成本汽车的开发及加强和上海通用、泛亚汽车技术中心合作”之事。罗瑞利甚至提到，2010年春节前，上海通用汽车将推出经济型轿车雪佛兰新赛欧。这是上海泛亚技术中心在通用汽车全球平台基础上研发的，新赛欧专为中国消费者打造，在其他新兴市场也具有巨大的潜力。

在中国研发、生产适用于全球的小排量汽车，或许是新通用汽车从日韩系手中夺回昔日河山的唯一途径。因为这是全球销量最大的一个细分市场，一个想从废墟中站起来的企业，一个需要解决就业和产能过剩问题的企业，必须先解决吃饭问题，才能考虑发展问题。

既然新通用汽车的未来被部分掌握在中国合作伙伴（上汽集团）手中，那么新通用汽车会做出怎样的让步，以说服伙伴呢？我们可以等等看。

不过，也不需要等待太长时间。2010年3月31日前，每个人都将看到新通用汽车的财务报告，届时其资产及负债的公允价值将一清二楚。若盈利能力、现金流等财务指标达到预期目标，美国经济复苏状况较佳，或许新通用汽车能以较理想的价格在资本市场出售，而持股新通用汽车16%的美国财政部，亦将成为成功的抄底者——在资助庞然大物重生时，解决了美国工人的就业问题，也实现了部分纳税资产的增值。

资讯

两大机构呼吁汽车安全

随着机动车保有量的增长，汽车安全越来越引起专业机构关注。据公安部统计，截至8月底，我国机动车保有量已经超过了1.8亿辆；今年上半年，全国共发生道路交通事故107193起，共造成29866人死亡。

10月17日起，为提高公众的汽车安全意识，中国汽车技术研究中心、中国汽车安全行动组织共同主办为期三个月的第二届中国汽车安全主题巡展。届时将依次在北京、沈阳、成都、南京、上海、广州六地举行，现场将360度模拟再现国内权威的C-NCAP汽车安全碰撞实验等。

同济大学汽车学院教授王宏雁提出，正联手有关科研单位和知名汽车企业等，积极筹建“上海道路交通安全研究联盟”，以降低交通事故率。

博世集团：今年中国销售收入将增长15%

昨日，博世集团董事长弗朗茨·菲舍尔表示，尽管全球经济下滑影响了博世集团整体业务，但中国成长引人注目。预计2009年博世集团销售额为380亿欧元，同比下降15%；其中汽车业务降幅将超过20%。但在华销售收入将达约26亿欧元，同比增长15%。

谈到博世集团汽车业务未来在华战略时，弗朗茨·菲舍尔指出了两大方向。其一为开发电动车，目前，正联手上汽集团开拓电力驱动和混合动力业务；其二为传统内燃机技术。

同时，为了开拓中国业务，进入中国市场刚满百年的博世集团正拟加大对华投资，今年已经在华投资1.6亿欧元（约15亿元）。

（本栏记者吴琼 编辑王颖）

人物访谈

三菱汽车销售（中国）有限公司总经理饭田健治：暂不考虑新SUV国产化与长丰合作待定

◎记者 吴琼 ○编辑 王颖

中国汽车消费市场强势增长，海外汽车巨头纷纷加大对中国市场的关注。作为在中国市场上最为谨慎的日系汽车企业之一，三菱汽车尤其引人关注。国产化步伐远不及其日本同行——丰田汽车、日产汽车、本田汽车，三菱汽车将如何在中国后发制人？三菱的武器是进口车还是国产车？为此，上海证券报记者专访了三菱汽车销售（中国）有限公司总经理饭田健治。

上海证券报：和竞争对手相比，目前三菱汽车在中国的市场表现无法与全球地位相匹配。未来，三菱汽车凭什么优势在中国与对手抗衡？

饭田健治：三菱汽车在全球有三大优势。第一，以帕杰罗、欧蓝德为代表的SUV；第二，以伊柯丽斯（ECLIPSE）为代表的双门跑车，曾在多次比赛中获胜；第三，着眼于安全环保的电动汽车。

在中国，我们主要有三大业务，第一，通过合资公司哈尔滨东安汽车发动机制造有限公司，发展自动变速器、发动机等核心汽车零部件；第二，通过进口车业务，扩大三菱汽车在中国的品牌知名度，并及时将最新款的三菱汽车引进中国；第三，通过长丰汽车、东南汽车等国产车业务，慢慢发展。

上海证券报：但事实上，即使在你们最强品种SUV上，与本田汽车、日产汽车甚至丰田汽车的差距都不小。目前本田CRV一直销售火爆，日产逍客也很有冲击力。你认为造成差距的原因是什么？

饭田健治：这些企业在中国经营时间都不短。此外，他们在中国的合资步伐和国产化速度比三菱汽车快。此前我们的进口车排量高于3.0升，消费税调整后，三菱进口汽车的售价显得较高，对销量的负面影响比较大。

其实从产品本身看，三菱汽车的优势更强一些。我们是在四驱驱动的底盘技术上开发的，本田CRV则是在轿车底盘技术上开发的，我们的动力性更强一些；第二，我们的车体更大，车内空间更大，驾驶员和乘坐者会更舒服。

上海证券报：那么三菱汽车有没有考虑仿效本田、日产汽车，加快国产化引进SUV的步伐？

饭田健治：目前，虽然我们和两家中国整车企业有合资合作关系，但暂时没有考虑国产化。合作伙伴东南三菱汽车，主攻方向为轿车；此外，另一个合作伙伴长丰汽车，我们需要进一步观察。虽然长丰汽车生产SUV，但广汽集团控股后会产生什么变化，我们还不知道。就他们的产能规划看，主要用于生产克莱斯勒的合资产品，好像没有多余的产能可供用于生产新的SUV。

我们还有另外的考虑，比如进口车更容易一些，尤其是那些采用最先进技术的进口车。如果将这些汽车国产化，需要开发新模具，考虑本地零部件的供应问题，这至少需要两年的时间。因此，从目前的实际情况看，我们会更多考虑做好进口车业务。

上海证券报：今年6月5日，三菱汽车工业株式会社和三菱商事株式会社各出资50%创建的三菱汽车销售（中国）有限公司。由你负责三菱汽车在华所有整车进口业务，外界认为这标志着三菱进口车将全面发力中国市场。你今年的任务是多少？目前经营情况如何？

饭田健治：这几年三菱汽车进口车在中国增长比较明显，2006财年、2007财年、2008财年销量分别为4000辆、1万辆、1.4万辆。按照计划，2009财年（2009年4月1日至2010年3月31日）将销售1.6万辆。今年4月至9月，进口车的销量已经超过6000辆。

上海证券报：那么未来两个季度内，你们必须完成销售1万辆。你觉得有可能完成吗？

饭田健治：应该不难，我们准备了一些有竞争力的新车型上市。比如今年9月上市的排量3.0升的帕杰罗，首批准备了300辆，车还没运至经销商店就被预订一空。其实，这是我们考虑到消费税提高对3.0升排量以上汽车销量的影响，特别推出的，售价40万元左右；此前，受消费税提高的影响，排量3.0升的帕杰罗售价约58万元。

遵循高性价比原则，我们昨天推出的四款2010款欧蓝德EX劲界，配备了三菱最新开发的3.0L发动机和S-AWC（超级全轮驱动系统），但价格没有提高。

上海证券报：日前，中国前十位整车企业已签署《电动汽车发展共同行动纲要》，这预示着中国电动汽车步伐将加快。三菱汽车是少数押注电动汽车的海外汽车企业，你如何看待电动车商业化之路？电动车生产企业如何盈利？

饭田健治：电动汽车有助于节能环保，是汽车企业不能放弃的战场。但未来十年甚至二十年后才会大规模商业化，才能真正实现盈利。即使那一天到来，传统能源汽车、混合动力汽车仍有相当大的需求。比如说在矿山等地区的仍需要使用传统能源车。

