

# Auto weekly

## 中级车热 紧凑车冷 德系车雄踞“半年报”

◎本报记者 吴琼

这注定是一个强者恒强、有人欢喜有人愁的市场。

在各路轿车企业厮杀后,2007年上半年的中国轿车市场整体持续增长,一汽大众、上海大众、上海通用这三位老大盘踞前三名;东风日产实现三级跳,由2006年的第9位升至如今的第6位;北京现代则无缘前十。

据中国汽车工业协会最新统计,2007年上半年乘用车市场需求继续保持较快增长,累计销售超过300万辆,达到308.41万辆,同比增长22.26%;销量排名前十的企业分别为一汽大众、上海大众、上海通

用、奇瑞汽车、东风日产、广州本田、吉利汽车、一汽丰田、神龙汽车、天津一汽。

“合资品牌轿车品牌出现分化。相对总体22%的增长水平,德系车增长较快,而韩系车增长停滞甚至倒退。”昨日,CSM高级汽车分析师黄哲睿表示,“自主汽车企业中,除了奇瑞汽车保持高速增长外,吉利汽车、一汽夏利均力不从心。”

而造成这种变化的主要原因,还是消费升级。轿车的细分市场销量可证明一切。

异军突起或维持强势者,主力车型大多为中级车;一时败下阵来的,多仍厮杀于经济型轿车一列。

“从车型看,中级车成为最主要

的细分市场,总销量增长较快。而中级车市场中强者云集;有德系的奥迪A6、宝马,也有日系的皇冠、佳美。”黄哲睿指出,“而素来较有市场的紧凑型轿车则显得有些黯然失色;曾经辉煌时的一汽夏利、富康均败下阵来。”

南北大众占据了第一第二,这本在必然。因为凭借奥迪A6的热销,一汽大众销量增幅超过40%,以最高销量(约21.8万辆)及最高增速的双料冠军称雄上半年中国轿车市场;而上海大众则凭借帕萨特领驭、桑塔纳位居销量第二(约21.6万余辆)。

日系车中,上半年唯一表现突出的是东风日产。其上半年总销量达到128168台,市场占有率提升到5.88%,得以延续其三级跳的跨越式发展。处于新老车型交接阶段一汽丰田显得有些“含蓄”,不足11万辆的总销量和几乎持平的增长率,委实让人担心丰田在想什么新招——卡罗拉上市后是否如广州丰田的凯美瑞一样激起狂飙增长?

此外,北京现代的表现差强人意。在雅绅特未跟上市场脚步,销量不如人意诸多因素影响下,北京现代被挤出前十强。北京现代常务副总李洪涛对这一业绩相当不满意,其指出:“下降在预料之中,但下降这么多出乎预料。”

在十强之外,长安福特马自达的表现也较为出色。这位后来者的增长势头不容小觑:2007年上



### 福特福克斯上半年 批售数量达55676台, 增长率高达66%。

半年长安福特马自达批售总量达93587台,较2006年同期增长57%。更令人叹为观止的是其第二季度的高增长率:2007年第二季度,长安福特马自达的批售数量达54480辆,较2006年上半年增长70%。

“2款新车推动了长安福特马自达的快速成长。”黄哲睿表示,“3月份,长安福特马自达推出2007款

福特福克斯,3月中旬引进中国市场的S-MAX。”

福特福克斯上半年批售数量也达55676台,增长率高达66%;SMX上市两个半月,其批售数量达到2260辆。

上半年战火过后,下半年谁强谁弱,将由各家手中的新底牌决定。谁推出适合市场节拍的车型,或许谁将成为下一匹黑马。



## 上南合作 名爵背后的“鹰鸽之争”

(上接B8)

### “主和派”:加强国际竞争力

整个上周,坊间风传南汽集团董事长王浩良在上海同上汽董事长胡茂元谈判,而在周五本报采访南汽有关人士时,王浩良正在他的办公室处理公务,谈判流言不攻自破。

但对这两家汽车集团来说,联合的意义非常有价值;从经济规模考虑,联合的利大于弊,可以共享零部件体系降低成本。AT科尔尼上海分公司合伙人孙健先生这样认为。

更有可能的是,谈判早在6月初就已达成初步意向了。在6月的第二个周末,在例行的干部培训大会上,王浩良就告诉上百名员工,南汽的合作步伐就要加快,但未提及将与哪家汽车公司合作。但他同时禁止员工在私下打听合作事宜。

王浩良,这位从政界转战商海的精英人士显然精力旺盛,仅从今年1月到3月底,他就跑了5次北京,会见相关政府部门,参加两会等。周一去上海,也是陪同南京市委书记罗志军带领的工业考察团,拜访上海的几家龙头企业。而他同上汽的接触早在4月份就已开始。用南汽一位知情人的话说,从4月开始到现在,这一两个月来,双方已经“打得火热”。在4月举行的国际车展间隙,上汽尽地主之谊宴请各汽车厂商。席间,上汽股份总裁陈虹就主动向王浩良敬酒,并连说三遍没有想到名爵基地在这么短的时间里就建成投产了。

一开始上汽递交了《名爵项目合作方案》,但该方案却“不合”南汽董事长王浩良的口味。王浩良认为,上汽“胆子太小,思想不够解放。”该知情人士向本报透露,王不满“上汽步伐不够大。”

6月7日晚,王明确表示:南汽有意愿出让控股权,而希望上汽接纳的也将是一个完整的南汽。一场遮遮掩掩的并购大戏就此拉开序幕。

而对王浩良的“在集团层面开展合作”的说法,上汽集团的官方回应是:“上汽一直十分欢迎合作,具体形式都可以探讨。”显而易见,这一次,上汽的态度非常合作,甚至隐隐有志在必得之意。

南汽“主和派”人士则一直认为两家合并在一起,对于英国品牌在中国市场推广有利。早在去年上汽痛失ROVER品牌之时,南汽负责品牌管理的相关人士就曾叹息说,这对南汽来说并非是一个好消息,南汽失去了一个共同宣传英国汽车品牌的合作者。

南汽长桥的一位资深员工曾对本报记者袒露心迹,他对南汽名爵的未来也不无担心:“我赞成上汽介入。他们派人来很正常。联合对企业有利,也对员工有利。”在他眼里,MC ROVER最著名的T1跑车在国内不一定有市场,因为环境不好,而名爵3系列要看能否根据中国消费者的口味进行改进,但从感性上说,他从未喜欢过上海人,“太精明,看他们吃饭使用的碟子就知道了。”

合作对南汽来说,除了实现江苏省政府对企业“跨江合作”的要求,带动长三角区域经济的快速发展,降低成本和推动周边配套产业的发展之外,联合对于未来的意义也非常深远,将使中国的汽车企业具有更强的国际竞争力。

## 上汽南汽谈判:天时、地利、人和



南汽董事长王浩良 资料图



胡茂元,上汽集团总裁 资料图

随着上汽集团、南汽集团高层互访的逐渐深入,一场关于长江三角洲大汽车工业的整合大戏拉开帷幕。昨日,上海证券报获悉:上汽集团与南汽集团的高层决定放开怀抱,进行务实的联合谈判。而此次谈判的动因绝非外界传言的上汽荣威发动机存在技术难关,双方将此番合作称为“具备天时、地利、人和”的一次合作。但截至昨日,双方并未达成协议,仍在探讨各种可行性方案的过程中。

一旦双方真正实现联合,长江三角洲将诞生一家航母级的汽车工业集团,并极有可能掀起一场国内汽车业的整合风暴。

◎本报记者 吴琼

### 政府主导

此前,坊间盛传一份来自北京的批示上汽集团与南汽集团合并的文件已送达上海市政府;而罗孚项目的生产将统一放在南京。上汽集团知情人士对此予以否认。

“目前,上汽集团和南汽集团仍在进行初步探讨,”该人士指出,“目前,根本没有所谓的这份文件。”

上海证券报获悉,中央对于上汽集团与南汽集团合作事宜确实相当关注。有消息指出,有关部门希望双方在2008年的年中完成联合的工作。但这个消息未得到上汽集团或南汽集团的回应。

上海证券报从多方获悉,减少重复建设,是中央主管部门的意见。其中南汽名爵项目的大额投入引起发改委的关注。此前王浩良表示:“我们(南汽名爵)起码要申请国家政策银行的二十亿至三十个亿的资金支持。”

“上汽集团、南汽集团联手,可以减少今后的重复建设。”上汽集团董事长胡茂元指出。据了解,随着未来自主品牌轿车的销量不断攀升,上汽集团也需要进一步加大发动机、整车生产线的投入。如果合理调配上汽集团和南汽集团现在拥有的产能,则有利于减少社会资源的浪费。

“合作成功需要天时、地利、人和。”接

近上汽集团的人士表示,“目前上汽集团和南汽集团的谈判,显然拥有这样的条件。”

在双方看来:“天时”即为中央促进长江三角洲地区经济融合的大方针,在这个大方针下细节问题都容易解决;“地利”则为南京和上海不超过300公里的地缘纽带;“人和”则为南汽集团董事长王浩良对于大局观的把握、对于南汽集团前途的认识,也来自于中国国内汽车企业必须凝结在一起共同发展,应对激烈竞争的外部动力。

在政府主导下的上汽集团和南汽集团合作行动因谣言也不攻自破。此前,有消息指出:上汽荣威发动机存在未攻克的技术难关。

“上汽荣威发动机的发动机并不存在外界传言之问题。”一位零部件供应商表示,“目前,上汽宝山发动机工厂内已有3条生产线(缸体加工线、缸盖加工线和发动机装配线)运转。”

宝山发动机装配车间的高级经理祝捷也表示,敞篷式发动机机体设计源于保时捷,引擎动力不存在问题。

### 利税问题

尽管上汽集团一贯通过控股或参股形式,进行跨区域的合作。但在南汽集团和上汽集团的合作问题上,上汽集团目前尚未对外抛出任何方案。

据记者了解,由南汽集团董事长提出

的一项方案颇能令双方接受:即上汽集团参股或控股南汽集团,但南汽集团的GDP和税收仍然留在南京。

“上汽集团希望能对整合后的企业进行了必要的调整。”接近上汽集团的人士指出。

“这种跨区域的合作绕不开GDP和税收分配问题,一旦解决了这一问题,很多企业间、地方政府间的利润矛盾就可迎刃而解。”新华信咨询汽车事业部总监孙木子表示。

上汽集团进行跨区域合作时,多次考虑到合作方的利益,将GDP和税收留在当地。当年,上海通用收购沈阳北盛后,沈阳北盛成为一个独立于上海通用的法人实体,其GDP和税收都交给沈阳当地。

如果在上海市政府及江苏省主管部门支持下,上汽集团、南汽集团合作,能够在利税、GDP问题上达成一定妥协,则上世纪的“沪宁(汽车)合作”有望破镜重圆。

“20世纪90年代,时任南汽集团董事长的黄小平带队与上汽集团董事长胡茂元进行了谈判。双方谈判甚欢,几乎签下合作协议。但由于南汽集团被划归江苏省,由于利税等问题无法解决,合作之事便不了了之。”熟悉上汽公司的人士表示,“本来当时南汽集团隶属于上汽总公司,上汽集团又要重组上汽总公司,如果不划归地方,沪宁汽车合作已完成。”

### 评论

## 奇瑞:得A级者得未来?

◎特约记者 宦璐

在奇瑞与克莱斯勒签约的那一刻,奇瑞汽车的新闻发言人金戈波用朴实的一句“高兴”来形容他当时的心情。

10年不到,奇瑞成功问鼎A级车市场的冠军;微瑕,在提高了产品质量之后,终于可以和“底特律三大之一”(通用、福特、克莱斯勒)的国际级玩家站在同一条跑道上,这确实可喜可贺。

据说克莱斯勒要取得A1等5款车的代工,需支付给奇瑞一定的技术转让费,这让多年来受制于国际汽车巨头的中国汽车工业顿感扬眉吐气。

可是之后呢?在风起云涌的A级车市场还会发生怎样的故事?

上月末,丰田汽车旗下大发汽车携“森雅”——一款排量为1.3L的微型车在吉林下线;今年上半年在中国市场增副达77%的丰田汽车,还将在明年引进其明星小车YARIS来中国市场;本田的小型车;克莱斯勒也将重振SMART微型车;据悉三菱也有计划在东南汽车推出更小排量的汽车。随着丰田、三菱、日产产能扩充到位,明年全面杀入这一领域后,小型车市场的竞争格局将会有很大改变。

除了跨国公司开始着眼于小型车之外,连本土的汽车集团也开始瞄上小型车市场,上汽自主品牌中未来的5个产品平台30款车型中就有一款价格在5万元左右的小车,以小型车为战场的自主品牌注定将遭受内外夹击,惨烈已不容置疑。

实干的奇瑞人将如何赢得未来?与克莱斯勒合作则是其中的战略布局之一。

通过与克莱斯勒合作,奇瑞谋求到了进入更广阔的海外市场的资格;然而,千军万马都要冲出口的这座独木桥,难度自不容小觑。对于在合作中肩负研发工作的奇瑞来说,但仍然要做大量的工作;对当地顾客的需求进行系统和深入研究,按照当地顾客对车辆的质量和性能要求来设计汽车产品。另外,产品质量要达到消费者接受的标准,否则品牌形象会受到重创。

同时,新闻稿中还有一些字眼几乎是被媒体忽略的。“双方将利用奇瑞汽车在中小型产品开发、生产方面的优势,开拓北美和欧盟市场。”除了小型车,中级车很明显已经是奇瑞的第二“落子”。

A1等几款小型车最吸引克莱斯勒的是其市场销量,在中级车市场,奇瑞同样有傲人表现的车型,如A5。仅仅上市一年以后,就一举击败长安福特福克斯两厢等知名的合资品牌,赢得了“2006CCTV中国年度最佳人气汽车奖”,成为首个荣获该奖项的自主品牌轿车。在刚刚结束的6月里,在素有级内机之称的中级车市场里,A5以6700余辆的业绩战胜了上海通用的明星车型君越(3381辆),广州本田的皇冠(4223辆)和一汽丰田的锐志(4309辆),实力不俗。

### 车界

## 杜森:标致雪铁龙中国急先锋

◎特约记者 宦璐

十年之后,杜森卷土重来。

儒雅、深沉,是标致雪铁龙集团新任执行副总裁、中国事务部首席执行官杜森给人的第一印象。早在1996年,他就曾经来中国负责标致雪铁龙和东风的合资公司神龙,两年后被调回法国。时隔10年的2007年6月1日,他正式出任PSA中国事务部CEO,再次回到这片他熟悉的战场上。

从今年2月份接受任命,到6月份正式上任,短短4个月,杜森已经先后7次来到中国,中国的重要性可见一斑。正式上任之后,他把家搬到了北京。

与印象中漫不经心、自由散漫的法国人不同,杜森与标致雪铁龙新任总裁斯特雷夫的性格如出一辙:行动快速,性格果敢,是PSA集团的冲锋派。他也是标致雪铁龙的优秀管理人才之一,正是他的参与并促成了标致雪铁龙与丰田在欧洲的小型车合作计划。并建成了标致雪铁龙的研发中心,对整个集团新车型的推出立下汗马功劳。

果不其然,杜森到来之后,PSA中国打出了一长串漂亮的组合拳。上任之前,他宣布了一系列新纲领。甫一上任,杜森就公布目标:要将神龙的产能从现在的20万辆提升至60万辆,PSA集团在中国市场的占有率将扩大至6%-8%;6月初,爆出了PSA与哈飞合作“打鸡”的猛料;9月,PSA将宣布其最新的中国区战略。

PSA提速发展的使命十分迫切。上个世纪末,当杜森还是神龙公司总经理的时候,中国汽车保有量为30万辆。现在中国汽车年销量达到700多万辆,私人购车比例已经上升至80%。“十年后的中国是什么样?”斯特雷夫向杜森提出了这个问题,同样好奇的杜森,却在筹划:未来十年里,PSA在中国的地位会得到怎样的提升?

杜森所在的中国事务部设在北京,是PSA集团新成立的部门,这是与神龙合资12年来标致雪铁龙首次将中国事务部搬至中国,今后中国事务部直接隶属总部,有业内人士将其简称为“小中国区”。

PSA总裁斯特雷夫将中国事务交给杜森,“关于中国的所有事务都归中国事务部管理。”与原来设在巴黎、仅起到联络作用的中国事务部不同,如今的中国事务部,不仅在人力、物力、财力上得到总部更多的支持,而且拥有对中国事务的决策权。

来到中国之后,杜森当起了“空中飞人”,马不停蹄地走访武汉、北京、广州、上海等市场,为9月制定出的PSA新的中国区战略做好充分的准备。在同事的眼中,他温和、善变,在压力最大的时候,喜怒也不形于色。说话轻言慢语,但不怒自威。

业界并不看好PSA与名不见经传的哈飞的合作。但眼光独到的杜森,实际上看到了哈飞的潜力所在。哈飞在深圳的生产基地已经建成,现成的,马上就能用,占地面积1平方公里,投资额在20亿-30亿元人民币。



标致雪铁龙集团新任  
执行副总裁、中国事务部首  
席执行官

杜森