

7车企产品上目录 新能源车展开集团攻势

新能源汽车已越来越清晰地成为了中国汽车工业的奋斗目标之一,这是从最近国家发改委公布的汽车目录中透出的信息。

在国家发改委日前发布的第164批生产企业及产品目录中,第一次大规模出现了新能源汽车的身影,一共7款车型,其中包括一汽集团混合动力轿车、上海通用别克混合动力轿车、上海大众帕萨特燃料电池轿车、北汽福田燃料电池混合动力城市客车、一汽混合动力城市客车、重庆长安的混合动力客车和东风汽车混合动力电动城市客车。

业内人士认为,这意味着中国在新能源汽车领域尤其是混合动力方面已经做好了产业化前的准备。

据本报记者调查,目前国内已具备市场准入的新能源汽车已有10多款,在此之前,国家已批准的新能源汽车有一汽丰田生产的混合动力轿车普锐斯、长安汽车生产的混合动力轿车杰勋、奇瑞混合动力A5,以及东风汽车生产的混合动力公交车等。来自自主品牌和合资企业的比例为4:1。

一个残酷的现实是,合资企业的新能源汽车在中国“起了个大早,赶了个晚集”,落了个“叫好不叫座”的尴尬境地。最早一款进入中国市场销售的国产新能源汽车是一汽丰田生产的普锐斯,因价格昂贵,三年来只销售了3000多辆。这无疑为中国自己的新能源汽车赶超计划留出了空间。

◎本报记者 官璐

从跟随到领先

也许,中国自主品牌轿车离实现“三分天下有其一”的目标已为时不远。据中国汽车工业协会统计,2007年,自主品牌轿车累计销量达到124.22万辆,占轿车销售总量的26%。

而在新能源汽车这一新战场上,也印证了这一趋势。

在上月底刚刚闭幕的北京车展上,跨国汽车巨头纷纷带来了其最新的新能源技术开发成果。同时,一个值得注意的现象是,几乎所有主要的自主品牌厂商也都对外展示了最新开发的新能源汽车,并将陆续进入国内市场。

这一现状暗合了一个重要的事实:由于国内对新能源汽车产业的跟踪和研究几乎与国外厂商同时起步,双方在这个领域的差距并不太大。并且由于自主品牌厂家的研发费用和成本相对较低,这些新能源汽车的市场售价也会相应较低,具有一定的价格优势,将有助于这些新能源汽车较快地被市场接受。

东风电动车辆股份有限公司副总经理杨守武向本报记者介绍,今年的5月21日,他们将向北奥组委提交500台纯电动小巴和15台混合动力客车。这500余台东风纯电动小巴场地车已实现零排放,将成为2008年北京奥运会唯一电动场馆用车。而这次获得国家发改委“准生证”的混合动力客车,采取油电混合,减少温室气体排放30%,降低燃油消耗20%至30%。未来将实行按订单生产。

杨守武称,东风混合动力客车和轿车已完成产品定型。目前,混合动力客车

取得了三个国家公告产品,轿车正在进行认证实验,研发进度和水平处于国内领先地位,并拥有完全自主知识产权。截至目前,已经获得来自武汉市以及湖北省的数百张混合动力客车的订单。

另外,一汽奔腾轿车市场部经理王海向本报记者介绍,这次一汽获批的混合动力轿车是奔腾第一款自主混合动力车型B70HEV,不仅是国内第一款采用强混合动力方式的自主品牌车型,也是迄今自主品牌中最先进的混合动力车型。

通用董事长瓦格纳曾表示,难料哪条新能源路线将胜出。我们应该从全方位来进行研发工作。没有人能预见未来哪个技术会真正胜出。我们有不同的解决方案,对于未来我们只能拭目以待。”

4月1日,国务院公布《2008年工作要点》指出,2008年将着力突破新能源汽车、高速轨道交通等一批重大关键技术。但是,新能源汽车要普及到中国的消费者,还需要做两方面的努力:一方面需要汽车厂商降低成本、改良系统;另一方面需要政府出台优惠政策。例如,美国国内收入局(IRS)对购买通过认证的混合动力车实施优惠措施。一款1.5升排量的传统轿车,按照目前国内的车市行情价格不会超过15万元,而丰田1.5L普锐斯的价格却近30万元;同样使用93号汽油,一辆传统家用汽车行驶15万公里需要花费的燃油费用约为7.3万元,而一辆混合动力汽车15万公里需要花费的燃油费用约为3.24万元。尽管在燃油费用上节省了4万元左右,但混合动力车比传统车购车的成本却贵了近15万元。

公司看点

销售模式变革将公布 南北大众并网计划显现曙光



◎本报记者 官璐

在刚刚过去的2008财政年度第一季度,大众集团在全球的销量均创历史最好水平。

日前,大众汽车集团发布公告称,新车销售和营业利润取得显著增长,其中销售收入同比增长1.4%,达到270亿欧元;营业利润收入达13亿欧元,同比增长21%。

大众汽车集团(中国)执行副总裁苏伟铭告诉本报记者,大众在中

国一季度的销量在全球排名第一,并且已经不止一次成为全球第一。

资料显示,大众已经高调制定了长期目标:2008年大众在中国的销量将突破100万辆,2015年将剑挑丰田,力争问鼎全球冠军的位置。

那么,在决定大众未来能否取胜的中国市场上,分管营销、来自新加坡、被称为“快刀手”的苏伟铭将会如何亮剑?在最近的专访中,苏伟铭透露:正酝酿销售模式的变革,经销商要在硬件、软件、服务和管理等方面



从支持到落实

目前,新能源汽车发展还存在在几方面问题:一是消费者不愿意承担这种新产品的高昂价格,因此企业难以将产品大量销售出去;二是有的产品需要社会使用环境,如电动汽车的充电站、燃气汽车的加气站等等;三是政府的政策扶持。

对于大多数中国汽车企业来说,一开始就得到了政府的支持。但最关键的问题是,企业能否把这些政策支持转化为自己的竞争力。如果以往的支持没有达到相应的效果,那么,新能源的政策支持再多,也不会起到作用。

2007年12月18日,国家发改委发布了《产业结构调整指导目录(2007年本)》,新能源汽车

正式进入发改委的鼓励产业目录,其中包括了混合动力汽车等在内的新能源汽车。国家将从消费环节、生产环节、税收政策、优

惠政策、审批等各方面对这些产业给予扶持。

国内车企都已投入巨资研发替代能源车型,并且做好了两手甚至多手准备。如,东风集团欲走高、中、低档相结合的混合动力汽车研发路线;一汽集团则借力政府课题,承担“解放牌混合动力城市客车研究开发”专项;上汽集团把力量集中在混合动力轿车和客车研发上,并同时开始小批量生产燃料电池轿车;奇瑞则专注研究混合动力汽车、纯电动汽车和灵活燃料汽车;长安的杰勋混合动力车HEV则已正式下线,是国内第一款在整车、动力总成和混合动力系统三方面自主一体化设计的量产车型。

去年9月初,科技部部长万钢表示,中国政府将在今后3年内投入100亿元人民币支持新能源及节能减排技术开发。中国政府支持私人开发的积极性,同

时保证开发技术能传播应用,为社会服务。

中国机械工业联合会表示,我国对清洁能源的研发能力已由弱变强,国内自主研发的纯电动、混合动力和燃料电池3类新能源汽车整车产品已相继问世,其中燃料电池汽车技术水平居世界前列,混合动力和纯电动汽车实现了规模示范,纯电动汽车实现批量出口。已初步形成国IV排放水平发动机的自主开发能力,已有百余种燃气汽车整车车型进入国家机动车新产品公告。燃气汽车在全国70多个城市得到示范应用,市场规模达到30多万辆,每年可替代燃油300万吨。

而此次发改委发布的汽车公告,是《新能源汽车生产准入管理规则》去年11月1日实施发布以来,新能源汽车的首次集中上榜,再次表明汽车行业已经走到了产业转型的临界点。

车坛资讯

“奇瑞造”克莱斯勒汽车年内亮相

自去年7月4日签约后,备受关注的奇瑞与克莱斯勒合作项目近期取得突破性进展。昨日,奇瑞与克莱斯勒协议生产的第一款小车A1,已结束海外的道路与碰撞试验,下半年有望与克莱斯勒达成最终协议,悬挂克莱斯勒的品牌LOGO进入海外市场。

奇瑞汽车董事长尹同耀表示,这次合作完全不同于以往的“代工”模式。作为第一款进入发达国家的小型车,A1由奇瑞设计和制造,依托克莱斯勒的销售网络销售。奇瑞在合作谈判中掌控了主动权。

印度塔塔集团在华寻找零部件合作伙伴

印度塔塔集团中国区总工程师林新华日前出席一业界研讨会时表示,希望能与东风等国汽车公司在汽车零部件等领域深入开展合作。

林新华表示,目前塔塔集团与中国企业的合作还停留在汽车零部件采购业务上,而湖北有望成为该集团在中国中部地区唯一的采购中心。据了解,自5月起,塔塔旗下的汽车零部件制造子公司将在南京开始运转,并向上海通用汽车公司和长安福特马自达汽车有限公司供应塑料内饰件,如通风孔、排气管部件和车厢通风格栅,同时还供应通用汽车欧洲公司。

上汽集团英国生产计划浮出水面

随着上南百整合完成,上汽在英国的研发公司也开始与英国长桥的工厂进行整合,而上汽集团对原英国罗孚长桥工厂未来5年的生产计划,也逐渐浮出水面。

据上汽相关负责人透露,上汽将在该厂投产4款车型:名爵TF跑车、一款大型轿车和另外两款与荣威550同平台生产的车型。据了解,上述4款车型将在长桥工厂本地化生产,而非通过从中国进口散件组装。据悉,目前名爵TF跑车已经着手在英国本土上市,并计划在今年8月份投产,但其他3款车型的生产时间还没有最终确定。根据与伯明翰方面签署的协议,长桥基地的厂房租期为33年。

雷诺在华召回梅甘娜问题车

因涉嫌在召回问题上采取“双重标准”,雷诺遭遇车企首个风险警示,专家呼吁建立强制性召回制度。

2006年10月开始,雷诺汽车宣布在欧洲召回梅甘娜问题车。然而,历时一年多之后,该公司迟迟不向中国国家质检总局主动说明缺陷情况。日前,国家质检总局首次就此发布风险警示。迫于压力,雷诺公司出面声称,已经在近期作出了在中国市场召回的决定。(官璐)

车市观察

NANO何以缺席北京车展

◎本报记者 官璐

全球最廉价小车NANO缺席本届北京车展,这是汽车业近日最令人遗憾的新闻之一。

之前关于本次车展最引人关注的焦点之一就是,印度最有实力的汽车企业——塔塔汽车将会携带全球最便宜的轿车NANO首次亮相中国车展。作为全球最便宜的车型,其起步价格折算成人民币只需1.8万元。

NANO凭借震撼性的低价,成为近两年各大国际车展的最大亮点。缺席北京车展并非说明印度塔塔对中国市场毫无企图,毕竟谁也不可忽略一个比印度还要庞大的消费市场。

业内人士表示,中国汽车消费者已经越来越理性。虽然目前中国市场的微车价格高出NANO一倍甚至更多,但中国消费者对动力性能、配置、质量、品牌口碑形象、价格等的要求是完全掺杂在一起的。而NANO除了超低价格外,其他方面都无法与以上要求相匹配,因此,即使来到中国市场,NANO也会水土不服。

据知情人士向记者透露,印度塔塔原本对NANO寄予了“一石二鸟”之厚望,一方面,希望在印度国内取代当地普遍使用的摩托车而成为最大众化的代步工具;而另一方面,则希望同时进军中国市场,改变印度汽车业现状。

据了解,NANO这款车车身使用了大量的塑料,最高时速95km。为了节约成本,设计师尽量让它精简,但车内又有足够的空间。从表面上看,NANO和一般的汽车没有区别,只是仪表盘较为简单,不会有空调、助力转向、安全气囊、ABS等,甚至只有驾驶员一侧才装有后视镜。目前这款车的年产量为25万辆。

当前世界汽车工业第三极中的最大竞争者当推中国和印度。对印度“国民车”——塔塔NANO的出现,曾有观点认为它将成为中国经济型车的克星。但是,很显然,中国的自主品牌们对此观点并不买账。

奇瑞汽车销售公司总经理李峰对本报记者表示,奇瑞从来没有把NANO当作竞争对手,奇瑞也造不出像NANO这种标准的车。奇瑞一直坚持要做中国的“国民车”,有两点考虑:一是“国民车”诞生于本国,二是适合本国消费的品牌。像NANO这样的国际性品牌想做“国民车”,也需要具备上述条件才可以。

另外,中国自主品牌比亚迪的相关人士向记者表示,在中国,汽车已逐步进入理性消费时代,在家用微轿这个细分市场,消费者不仅看重其经济性,更主要的在于时尚靓丽的外观设计、安全耐用的品质性能和舒适的驾乘体验。中国厂商也在努力制造消费者最需要的车,而不是最便宜的车,这点与印度的汽车环境还是有所区别。

起那么简单,而是用自己的一套订单、资金系统,所有这些软件工作都需要改造。

我们的第一个“试点”是大众在北京的一家品牌专营店,该专营店目前同时销售一汽大众和进口大众的车型,而在今年第三季度,上海大众的产品也将出现在这家店的销售大厅里。

记者:新宝来首发,听说不是面向南方的客户?您负责销售,对中国市场有怎样的认识?

苏伟铭:我经常跟我的同事、朋友说,中国不是一个市场。当然,你可以讲这句话有一点哲学了。中国可以大致分为八到十个大市场,细分到六七个市场。但基本上我们把中国分为四个大的区域,一个是北京,一个是上海,一个是南边的广州,另外一个则是成都(也就是西南、西北)。我们研究这四个地方,来寻找、甄别我们的客户群体,然后找我们的定位。

我们的新宝来,比较经典、原汁原味,也比较刚性。比较倾向北方的

和西部的客户。这也是我们在做调研的时候得到的结果。这是根据销售区域以及从客户群体上进行定位后才做出的决定。

记者:有传闻大众集团旗下第五大品牌西亚特会在今年进入中国市场,想求证一下。

苏伟铭:我们的产品是针对客户群的。涨价目前还看不出来,但是本身的管理成本、物流的成本都在上涨。另外,产品集中会在今年开发,开发也要有成本。低成本的开发不是我们想要的。

记者:大众的车今年会涨价吗?如果不是,会有什么措施控制成本?

苏伟铭:我们的产品是针对客户群的。涨价目前还看不出来,但是本身的管理成本、物流的成本都在上涨。另外,产品集中会在今年开发,开发也要有成本。低成本的开发不是我们想要的。