

克莱斯勒:
今年中国越野车增长将超10%
与菲亚特合作有望4月底完成
本报记者 朱宇

尽管已经身处破产边缘,克莱斯勒却依然保留着对中国市场的雄心。4月9日,克莱斯勒宣布,将其全球知名的JEEP牧马人Rubicon车型以进口方式引入中国。

克莱斯勒(中国)汽车销售有限公司总裁兼CEO常韦恩在接受中国证券报采访时表示,2009年中国的越野车市场预计增长幅度将达到10%~20%,克莱斯勒的JEEP品牌原装进口车将成为这一市场的有力增长点。此外,克莱斯勒与菲亚特的合作有望在4月底完成。克莱斯勒仍然把在中国建立合资公司作为自己的目标。

中国越野车市场将高速增长

中国证券报:在克莱斯勒身处困境,且全球车市不景气的情况下,引进JEEP牧马人Rubicon车型出于何种考虑?

常韦恩:这主要是基于中国越野车市场的旺盛需求。今年1~2月,克莱斯勒在中国的销量增长了25%,其中主要来自于越野车的增长。2009年中国的越野车市场将延续2008年高速增长的势头,预计越野车细分市场的增速将超过整体乘用车的增长,增长幅度有望达到10%~20%。其中,配置更专业,原装进口的高端越野车会是市场的有力增长点。今年一季度中国已经超越美国成为全球第一大汽车市场,克莱斯勒要融入到中国市场的增长中去。

中国证券报:美国政府此前将克莱斯勒的重组计划驳回,作为重组计划的重要部分,克莱斯勒与菲亚特的合作进展如何?

常韦恩:美国政府对克莱斯勒提出的复兴计划做出了回应,这可以从正面或负面的角度来理解,但是我要说的是,政府在给克莱斯勒的回馈中认可了与菲亚特的合作,我们现在仍在和合作伙伴继续探讨,预计在4月底将有结果。克莱斯勒和菲亚特的车型高度互补,双方的合作将会带来非常好的效果。

拟在华建立合资公司

中国证券报:克莱斯勒与菲亚特一样,目前都在中国没有合资公司,双方合作能够对中国市场产生影响吗?

常韦恩:克莱斯勒实际上是第一个在中国建立合资公司的外资车企,在北京吉普的生产过程中,克莱斯勒和中国政府有非常好的合作。后来,由于戴姆勒-克莱斯勒的分拆,克莱斯勒失去了这个在中国的合资公司。在当前的大环境下,我们需要退一步,好好审视一下中国市场到底需要什么样的产品,是新能源车还是其他的。克莱斯勒和菲亚特的合作对双方来说都是好机会,我们拥有不同的平台,可以在全球范围内有很好的配合,包括在中国市场也有广阔的前景。在中国建立合资公司,一直都是克莱斯勒的目标,目前我们在中国市场将以销售为中心。

中国证券报:有消息说北汽控股有意向竞购克莱斯勒的部分资产,这会否促成北汽和克莱斯勒的进一步合作?

常韦恩:作为复兴计划的一部分,克莱斯勒公司目前正在公开出售一部分资产,其中包括一些淘汰的车型和模具。公开出售资产的总价值约为10亿美元,截至2008年底,已经卖掉了7亿美元。在3月份提交的复兴计划中,克莱斯勒也提到了关于出售剩余3亿美元资产的计划。如果有中国企业对这部分资产有兴趣,克莱斯勒欢迎他们收购。至于北汽控股是否会购买相关资产以及北汽与克莱斯勒合作的猜测和传言,我对此不置评。

比亚迪 一季度销量翻番 全年有望冲击40万辆目标

本报记者 牛洪军

据中国汽车工业协会统计,今年一季度比亚迪销量达到7.78万辆,同比增长近一倍,其旗下的F3销量就达到了4.78万辆。

分析人士指出,比亚迪销量大增,原因之一在于降价促销形成的价格优势。今年1月1日,比亚迪将热销的两厢车F3R自动挡的价格从7.98万元降至7.38万元,F3R手动舒适型的价格从6.38万元降至6.08万元,从而拉开了“迎春攻势”的序幕,打响新年车市降价第一枪;3月又发起F6财富版“尊贵攻势”;目前,F3再祭价格大旗,发动“连冠攻势”,价格最高降万元,这大大提高了性价比。

而F3作为比亚迪汽车的开山之作,自上市以来一直保持着热销的势头,现今F3已经拥有30万的市场保有量。

2008年,比亚迪F3销量已经稳居“万辆俱乐部”。2008年10月,F3更首次超越捷达,成为当月的销量王。2009年1月,比亚迪F3再次超越捷达、卡罗拉等车型,登上月度销量王宝座。之后比亚迪乘胜出击,2009年2月20日推出F3自动挡,进一步完善F3的产品线布局。根据2月份的全国上牌数据统计,2月份比亚迪F3共销售18000多辆,超过了所有自主及合资车型。在热销的情况下,比亚迪在营销再下工夫,F3发动“连冠攻势”公司降价万元,带来更多的惊喜。与此同时,比亚迪F0也呈上升趋势,3月已与F3、QQ、夏利、和自由舰共同成为排名前五位的自主品牌。

此外,记者还了解到,目前比亚迪西安工厂进一步优化,F3的产能得到了较大的提升,能够充分满足日益增长的市场需求。2009年比亚迪汽车计划销售40万辆,其中经典车型F3将承担18万辆的销售任务,F3目前降价万元,是为了进一步刺激销量,在产能充足的情况下冲击更高销量,为确保2009年顺利完成40万辆目标做准备。

■ 汽车天下

111万辆 3月汽车销量创历史新高

重点企业效益下滑,汽车行业是否真正好转尚待观察

本报记者 牛洪军

尽管欧美车市低迷依旧,停产裁员声此起彼伏,但中国却是风头独好,在购置税下调、汽车下乡等一系列汽车振兴组合拳的合力下,我国汽车市场已开始逐步回暖。

据中国汽车工业协会统计,今年3月我国汽车产销分别为109.54万辆和110.98万辆,双双创出月产销量历史新高。值得关注的是,这110.98万辆的销量越过了第一汽车消费大国——美国。而美国汽车市场3月份继续下滑,销量总计大约为85万8000辆,下跌幅度已连续六个月超过30%。

不过,分析人士指出,由于汽车产销结构性增长特征明显,整体为低速增长,行业经济效益并未见好转,前两个月行业经济效益和重点企业集团的主要指标均出现较大幅度的下滑;同时,行业出口出现较大幅度的回落,汽车行业真正好转仍有待观察。

环比全面增长 同比跌多涨少

在国家政策利好和季节周期的双重作用下,3月汽车市场进一步回暖,产销量再创历史新高。

据中汽协统计,3月,我国生产汽车109.54万辆,环比增长35.59%,同比增长5.55%;销售110.98万辆,环比增长34.10%,同比增长5.01%。在汽车主要品种中,乘用车销售77.24万辆,环比增长27.18%,同比增长10.26%。商用车销售33.74万辆,环比增长53.18%,同比下降5.29%。

对此,中国汽车工业协会助理秘书长朱一平指出,3月历来是汽车产销旺季(据统计2005年以来有7个月份汽车销量创历史新高,其中在3月份创新高的月份有5次),加上政策效应,这使汽车产销达到一个新的水平。由于去年同期是创历史新高月份,基数较高,同比增长5%虽不是很高,但在当前形势下这个数应该说对今年的汽车市场是个积极的信号并有着特别的意义。

具体看,各车型产销量环比全面增长,同比跌多涨少。3月,各车型环比均出现较高的增长,增速均在25%以上。其中半挂牵引车从2月开始已连续两个月、客车非完整车辆从本月起均出现成倍增长,说明商用车有回暖迹象。但同比看,9类细分类别中,客车、货车和轿车、乘用车增速高于行业平均增速;商用车虽然3月份产销环比均明显增长,但由于多数车型低迷使其一季度产销分别又有27.13%和10.07%的增长,轿车



本报资料图片 制图/杨红

车销售也出现了5.86%的增长。而半挂牵引车、客车和货车非完整车辆降幅较为明显,半挂牵引车销售降70%。

不过,3月汽车销量的攀升并未带动国产车份额相应提升,自主品牌占有率反而略有回落。据统计,3月,自主品牌轿车共销售16.06万辆,占轿车销售总量的29%,市场占有率为83.39%,比上年同期略有提高,距产业调整和振兴规划的目标还有近7个百分点的差距。

分企业看,一季度行业销量前十名企业集团分别为:上汽、一汽、东风、长安、北汽、广汽、奇瑞、比亚迪、哈飞和华晨,前十家企业集团共销售汽车223.37万辆,市场占有率为83.39%,比上年同期略有提高,距产业调整和振兴规划的目标还有近7个百分点的差距。从一季度前十名企业集团的表现来看,上汽、长安、北汽、比亚迪和华晨增速较快,其中比亚迪增长了近一倍,表现抢眼;一汽、广汽和奇瑞为负增长,其余企业集团略有增长。上汽一季度销量超过50万辆。

在汽车热销的同时,行业库存继续呈下降态势。3月,全国汽车产销率达到101.31%,继续保持较高的产销率水平,3月末库存下降至31.65万辆,行业库存继续创两年以来的新低。其中,轿车和交叉型乘用车库存水平均出现较大幅度的下降;相对于乘用车库存下降水平,商用车出现了库存上升的情况,其中货车类库存上升尤为明显。

统计数据显示,今年一季度乘用车销售增长了7.81%,其中交叉型乘用车增长34.78%,单月环比和同比连续三个月保持增长,成为拉动乘用车增长的主要车型;轿车增长了3.01%。

首先,受全球金融危机的影响,一季度我国汽车出口受到重创。根据中汽协统计的汽车整车企业出口数据,一季度汽车出口6.10万辆,同比下降62.06%,前五名出口企业出口均出现大幅下降。

对此,中国汽车工业协会助理秘书长朱一平表示,出口大幅下滑无疑是刚刚开始走出国门的中国汽车工业的一个巨大打击。在我国汽车工业总量达到千万辆规模的情况下

增长态势中存隐忧

首先,受全球金融危机的影响,一季度我国汽车出口受到重创。根据中汽协统计的汽车整车企业出口数据,一季度汽车出口6.10万辆,同比下降62.06%,前五名出口企业出口均出现大幅下降。

对此,中国汽车工业协会助理秘书长朱一平表示,出口大幅下滑无疑是刚刚开始走出国门的中国汽车工业的一个巨大打击。在我国汽车工业总量达到千万辆规模的情况下

2009年3月份汽车销售完成情况

单位:万辆/%

车型	3月	1-3月累计	环比增长	同比增长	同环比对比
汽车	110.98	357.88	34.13	5.01	3.83
乘用车	77.24	119.32	37.14	7.13	7.11
轿车	54.30	141.55	27.84	5.22	3.61
MPV	3.02	4.67	37.85	-1.15	-1.54
越野车	4.06	10.54	28.32	-6.55	0.54
交叉型乘用车	10.50	23.11	23.07	39.03	31.73
货车	22.74	38.21	53.18	-5.27	-6.13
客车	2.18	5.27	48.23	-1.14	-8.33
货车	34.10	29.93	44.43	10.19	11.53
卡车牵引车	1.10	1.03	140.13	-7.12	-7.12
客车非完整车	1.72	1.43	124.55	-17.84	-39.72
货车1元以上车	5.72	10.13	84.23	-22.01	-24.53

数据来源:中国汽车工业协会

上汽总裁陈虹:

自主品牌车年内销售突破5万辆

重点放在国内市场扩张



上汽总裁 陈虹

本报记者 王进

十多年的本土化发展,已经具备了可持续发展的体系竞争能力。在上海通用的支持下,上汽通用完全有条件抓住中国市场新一轮的发展机遇。

目前,上海通用是上海汽车的重要利润源之一,业内分析师预计,上海通用2009年将有10%的增长,并为上汽贡献24亿元左右的利润。

不过,相比上海通用的稳定,上海汽车控股51.3%的海外资产双龙汽车则处境困难。陈虹表示,受国际金融危机冲击,2008年韩国双龙汽车销量大幅下降30%,现金流枯竭,进入企业回生程序(类似于破产保护)。“根据韩国法院公布的文件,双龙已经实现规划、采购、研发、营销、制造‘五统一’。据悉,2008年双龙集团减亏40%,今年通过进一步加速融合,将再减亏40%,到2010年争取实现扭亏为盈。

陈虹透露,届时各利益攸关方将就双龙的回生计划进行讨论,上汽将配合韩国法院做好企业回生阶段的相关工作。陈虹承认,截至2008年11月30日,按中国会计准则,上市公司拥有韩国双龙的权益为18.51亿元(未经审计)。短期内,对双龙计提资产减值会对上市公司当期业绩产生一定负面影响。但从长期看,有利于上市公司集中精力、轻装上阵,有利于进一步提高净资产收益率。

发展机遇。

“轻装上阵”

汽车行业调整和振兴规划点名鼓励上市公司在全国范围内兼并重组,同时将实施鼓励新能源汽车和自主品牌车发展的方向。日前,中国证券报记者就上海汽车今后在并购战略、新能源车以及自主品牌战略等方面规划专访上海汽车总裁陈虹时。陈虹明确表示,上汽目前的工作重点是扩大国内市场份额,没有海外并购方面的考虑。但他补充说,上汽将持续关注国际汽车界变化,捕捉合适的

年”。陈虹表示,一方面,上汽将进一步树立荣威和名爵的中高端品牌形象,今年实现销售5万辆;另一方面,将加大新能源汽车的开发力度,力争3年内上汽自主品牌混合动力汽车开始投放市场。2008年,上汽自主品牌实现整车销售3.6万辆,同比增长约120%。

针对“振兴规划”中重点提到的新能源车,上汽早有布局。今年1月,上汽成立了专门的新能动力系统公司,总投资将达20亿元,并且回合将在混合动力整车与关键零部件上各投入20亿元,总额约60亿元。陈虹表示,争取到2010年,上汽自主品牌混合动力轿车实现产业化;燃料电池汽车结合世博会商业化示范运行达到一定规模;同时,适时推动代用燃料汽车商品化。

最近,政府通过下调油价、取消养路费、实施燃油税改革,特别是《汽车产业调整和振兴规划》的发布,对当前低迷的消费信心起到了很好的提振作用。陈虹表示,从目前的市场表现看,受政策影响较直接的乘用车市场,其日均销量环比、同比都呈增长态势。从销售情况来看,上汽降价促销的压力不大。

针对所有车型2009年的销售计划,陈虹表示,在全年销量方面,“我们的目标是在去年水平上有所增长,并继续扩大市场份额”。他认为,虽然2009年国际国内经营环境仍存在诸多挑战,但新颁布的《汽车产业调整和振兴规划》,明确要实施积极的消费政策,开拓城乡市场,稳定和扩大汽车消费需求,这对企业来说是难得的发展机遇。

自主品牌车年内销售5万辆

2009年,还被上汽定义为自主品牌“抓住机遇,突破变革的关键