



汽车行业双周刊

2012年3月（下） 总第12期

发布：北京华经纵横咨询有限公司研究部
地址：北京西城区裕民路18号北环中心
电话：010-82252636
传真：010-82250535
网址：www.chinacir.com.cn

目录 Contents

一、特别关注

新一轮合资潮起 中外双方面临新挑战

- “后合资时代”自主品牌保卫战
- 新合资时代

二、热点追踪

- 德系豪华三马车重排座次 奔驰下滑至第三
- 广东豪掷153亿元 打造新能源汽车产业链
- 长春向世界级汽车产业基地迈进

三、国内动态

- 启辰下线 东风汽车“合资自主”全线铺开
- 中国重汽计划在印尼设立商用车装配厂
- 北京摇号1:47.9中签率创新低

四、国际视野

- 通用:欧宝工厂或关闭 中国等低成本国产扩产
- 菲斯克3月底募1亿美元 完成10亿美元融资
- 美终裁中国输美钢制车轮存倾销补贴行为
- 欧洲2月汽车销量呈2010以来最大幅度下滑

五、调研与数据

- 比亚迪2011净利减少45% 1季度净利或暴跌
- 2012年2月份全球各国汽车市场销量晴雨表
- 工信部部长苗圩:中国汽车出口冲击百万辆

六、双周声音

- 比亚迪2011净利减少45% 1季度净利或暴跌
- 2012年2月份全球各国汽车市场销量晴雨表
- 工信部部长苗圩:中国汽车出口冲击百万辆

目录 Contents

附：关于我们

- 1、关于北京华经纵横咨询有限公司
- 2、华经纵横关于信息行业的研究成果推介

华经纵横《汽车行业双周刊》

北京华经纵横咨询有限公司将定期从媒体公开发布的信息中，整理编辑中国汽车行业双周刊，旨在帮助关心汽车行业发展的各界人士，了解中国汽车行业的主要动态、标志事件、重要观点、关键数据，以便在全局视野中更好地思察、改进相关工作。

本刊内容均来源于公开出版发行的合法出版物和网站。摘取的信息和评论，如无特殊注明，均不代表本公司观点。

（本期责任编辑：李芳菲）



【特别关注】

新一轮合资潮起 中外双方面临新挑战

- “后合资时代”自主品牌保卫战
- 新合资时代

“后合资时代”自主品牌保卫战

无论是合资还是收购，奇瑞、吉利都已经开启了新的发展篇章，国内其他自主品牌车企如何面对“后合资时代”的冲击？

时间检验一切

对于眼下中国汽车产业上演的新一轮中外合资热潮，“无论吉利也好、奇瑞也好，他们做出的选择肯定都是有其发展战略和方针的，不会是轻率随意的决定。大家都是在为繁荣中国汽车产业做贡献，大家都是摸着石头过河很多年，至于哪一条路能够走得更远走得更稳，需要时间去检验。”商玉贵对《第一财经日报》表示，长城汽车目前没有任何收购或者合资的想法，而是选择聚焦三大品类，通过广泛地与国际零部件巨头合作，共同研发一些新的技术，借此来培养自己的技术团队，提高自主研发实力。长城在海外也有很多组装厂，但主要是以KD工厂或属地化建厂的方式去做，而不是选择与当地企业合资或者并购。

合资也许能在短期内提升品牌知名度，但能不能获取核心技术，这是非常重要的。如果光是合资了卖产品，但核心技术不掌握在自己手里那也不行。

合资无非是为提升品牌，为了更快占领市场。如果自身发展良好，在研发和销售上都有足够后劲的话，合资就显得没有太大必要。

“后合资时代”是国内车企的又一次势力范围的划分。而中国企业品牌研究中心副主任、首席专家黄琦则认为，后合资时代对于国内自主品牌企业来说，机遇与挑战并存，总体而言是利大于弊的。而吉利与沃尔沃以及奇瑞与路虎等合资公司的成立，对整个中国汽车产业的品牌建设都起到很大的推动作用。

大浪淘沙

以皮卡起家的长城汽车，打造出了独特的长城模式——从细分市场切入，聚焦SUV、皮卡和轿车三大品类。而长城汽车董事长魏建军以及总裁王凤英在多个场合都强调，长城要走“专”的道路，坚持“先在细分市场打造明星产品”的战略。

“像长城这样的‘纯自主品牌’企业，他们走的是另一条路——通过自主品牌在发展过程中的自我定位，建立起品牌的核心价值来取得自己的位置。”黄琦认为，并不是一定要做高端车豪华车的品牌才是高端品牌，关键是如何获得消费者的尊重，找准自己的品牌核心诉求。黄琦认为，对华泰、青年等“边缘化”的民营车企以及东南汽车等规模比较小的车企来说，在后合资时代他们所遇到的挑战会大于机遇。

“倘若他们能在某一细分市场上找准自己的定位，通过自己独特的产品在这一细分市场站稳脚跟的话，也能有较好的成长空间。他们可以成为虽然规模不大，但在某一细分市场有独特卖点而形成强大竞争力的品牌。千万不要一味去追求大而全。”黄琦指出，民营车企一定要先找准自己的发展定位与战略，因为现在市场的竞争非常激烈，外资品牌、合资品牌以及国内几大国有自主品牌已经建立起了自己的竞争优势，对于中小型民营企业来说，留给他们的时间和市场空间都越来越少。在这样的背景之下，如果没有形成自己独特的定位和品牌价值的话，只会越来越被边缘化，最后难免被兼并重组掉。

“实际上，像华泰通过引进现代技术快速建立起自己的产品线和品牌，专门做SUV，这是一种挺好的开始。”黄琦分析说。

而行业评论员贺球辉则认为，汽车行业不是靠一两款授权车型就可以长久活下去，“三天两头变幻大王旗，只能被边缘直至消失。

（来源：第一财经日报，3月25日）

[回到目录>>](#)

新合资时代

自上世纪80年代以来，汽车领域吸收外商直接投资，解决了国内资金短缺问题，引进了先进的技术和管理以及新产品，极大地丰富了国内供应。

中国已经连续三年成为全球第一大汽车市场，但不可否认的却是，绝大多数合资企业基本没有研发能力，成为外国品牌汽车的生产车间或加工厂。目前国产轿车的70%由合资企业生产，在这些合资企业中，技术、车型、品牌都是外方的。国内汽车产业“大而不强”的现状引人警醒，在不久前结束的今年“两会”上，有人大代表在议案中直言“暂停审批合资企业外方申请新项目”。

政策收紧

查找捷豹路虎高层最早对外透露的关于在中国设厂的信息，便会发现，四年前捷豹路虎只打算在中国投资1亿英镑建立代工厂。

而近日，据媒体援引江苏省常熟市政府发布的消息称，奇瑞-捷豹路虎合资项目拟总投资175亿元人民币，包括一个整车厂和一个发动机厂。

四年间，投资的数额就扩大了多倍(公开报道显示，合资双方股比对等)。

这与政策收紧固然关系密切。去年8月，工信部公布了《乘用车生产企业及产品准入管理规则(征求意见稿)》，其中明确规定：新建汽车生产企业投资将不得低于8亿元，要建立产品研发机构，且投资不得低于5亿元，新建投资项目投资总额也不得低于20亿元，其中自有资金乘用车、重型载货车生产企业投资项目应包括为整车配套的发动机的生产。

日益严格的准入门槛说明，中国政府关于外资企业在中国建立合资公司的政策已经有所改变。今后，新设立的合资整车企业必须同步建技术研发中心，并且要开发新能源汽车。

这种政策收紧从去年落定的长安标致雪铁龙合资项目中便可看出端倪，新组建的长安PSA既生产法国产品，也生产长安汽车产品，还生产合资双方的自主品牌，与此同时，长安PSA还具有研发能力，一个新能源汽车研发中心将同步建设。中国政府并不希望沿用以前备受各方诟病的合资模式来引导汽车工业的下一步发展。

新合资浪潮起势

新合资时代已随着历史的车轮滚滚而来，从合资双方的利益诉求来看，已与几十年前大不相同。

早年奔驰公司在与一汽集团洽谈重卡合资项目时，坚决不允许“解放”品牌的存在，而2010年与福田汽车签署的合作协议中，奔驰则同意合资双方以福田欧曼产品满足中国市场及出口需求。

在东风商用车与沃尔沃集团敲定的生产基地等细节中，东风沃尔沃项目双方的股权比例为东风55%，沃尔沃45%。

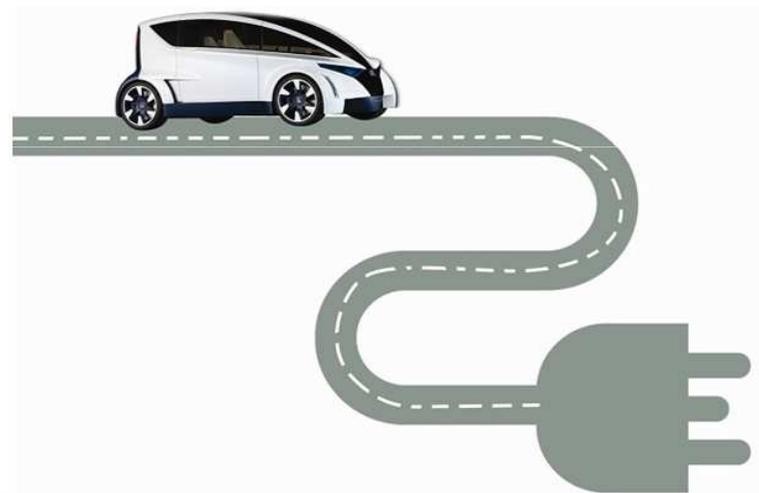
中方企业在合资企业中话语权有所增加的原因主要体现在两个方面，首先，受国际经济大环境的影响，跨国车企面临着资金与经营压力，急于在各个层面寻找机会开放合作。其次，包括中国在内的新兴市场快速发展，深谙本土市场的国内企业是外方不得不倚重的对象。

与10年前的合资不同，中国汽车企业寻找合资伙伴的目标更明确、更理性，多为迅速补足现在短板，扩大规模。

中国汽车业已进入了新阶段，随着各大汽车企业的自主品牌崛起，跨国汽车巨头们也越来越强烈地意识到，必须密切关注中国政府需求，同时在真正平等话语权的基础上进行谈判。

值得一提的是，国内发展势头较好的自主品牌车企在新一轮合资大潮中也有了新的立场和态度。

(来源：第一财经日报，3月26日)



【热点追踪】

1. 德系豪华三马车重排座次 奔驰下滑至第三
2. 广东豪掷153亿元 打造新能源汽车产业链
3. 长春向世界级汽车产业基地迈进

德系豪华三马车重排座次 奔驰下滑至第三

随着年报的陆续发布，德国豪华汽车品牌三驾马车的排序正式更新。宝马集团旗下三大品牌销量合计166.9万辆，继续保持第一；奥迪（包括兰博基尼等管辖品牌）以151.2万辆的规模位居第二；戴姆勒集团旗下的梅赛德斯-奔驰则以136.3万辆的销量下滑至第三位。而在2012年，德国三驾马车将展开更激烈的竞争，豪华品牌的座次还远未排定。

入门豪车与细分产品地位凸显

在全球范围，奔驰仍然在中级、中高级和高级轿车领域占有一定领先，但领先优势随时可能会被宝马和奥迪打破。而后两者之所以在2011年销量业绩优于奔驰，主要在于细分市场产品的表现突出。

宝马的MINI品牌去年销量近30万辆，增长超20%，在小型车领域奠定了基础。另外宝马和奥迪都在运动型车和SUV市场表现突出，宝马的X1、X3销量大幅跃升；奥迪的A5、A7、Q5、Q7以及S和RS系列等运动车系表现强劲。

奔驰2011年在一定程度上改变了产品线陈旧的局面，但真正会带来变革的全新A级和B级小型车要在2012年才能正式发力。

比拼盈利能力奥迪占优

除新产品外，三驾马车的盈利能力也随年报曝光。

2011年，奥迪营业利润为53.5亿欧元，高达62%的同比增幅，使其营业利润率从2010年的9.4%攀升至12.1%，成为“全球最会赚钱”的汽车企业，迎来“奥迪历史上最为成功的一年”。其低级别的入门级车型、高品质的车型组合以及依托于大众集团强大的成本控制优势，对利润增长起着至关重要的作用。并且从2011年财报便可看出，奥迪已成功地将销售成本、分销成本和管理费用的增速降到营收增速之下。

相比之下，宝马2011年营业利润较2010年的51.1亿欧元增长了57%，达到80.2亿欧元，其营业利润率上升至11.8%，较2010年增长了3.8个百分点，位居第二。奔驰则以9%的营业利润率排名第三。高比例的研发开支和高采购成本成为影响宝马和奔驰盈利能力的主要因素。

中国市场成竞争关键

奥迪、宝马、奔驰2011年在中国销量总数达到70万辆以上，占据了豪车市场近八成的份额，其中，奥迪去年在华销量超过30万辆，中国已替代德国本土成为奥迪最大的单一市场。

去年10月，奥迪提出要用3年时间在国内完成100万辆的销量，未来两年，只要年均增长8%，就可以超过这个目标。今年1月，奥迪公布了2012年新车计划，将推出7款全新车型，加强进口车市场。此外，多项全球领先的高精尖技术也将由奥迪率先引入并实现国产。

早在去年年底，宝马中国与华晨宝马便已对外宣告，“2012将是宝马产品阵容最强、进攻姿态最猛的一年”。这次攻势以国产X1正式上市和宝马中国奥林匹克计划的发布为序幕，紧随其后，新一代宝马3系、华晨宝马合资自主品牌等产品也将陆续登场。

此外，在奔驰的2015计划中，中国销量锁定30万辆，其中20万辆为本土生产。

（来源：新京报，3月26日）

[回到目录>>](#)

广东豪掷153亿元 打造新能源汽车产业链

广东省政府正式发布了《广东省战略性新兴产业发展“十二五”规划》“（以下简称《规划》）”，重点发展插电式混合动力、纯电动和中混以上混合动力客车及乘用车，鼓励发展特种用途电动汽车、新一代轻型纯电动汽车和LNG汽车，支持新能源汽车整车生产企业和项目获得国家核准和行业准入。其中，新能源汽车到2015年，要形成20万辆以上新能源汽车（含中、重混合动力汽车）综合生产能力，将投资153.2亿元重点打造12个项目，涉及在整车制造，关键零部件的研发以及使用。

欲率先制定新能源地方标准

据了解，目前我省新能源汽车动力电池产量约占全国的40%，居全国首位，部分混合动力汽车、纯电动汽车和液化天然气（LNG）客车车型已开始批量生产。

而《规划》明确表示，将充分依托现有产业基础，以技术创新、产业化、示范应用和环境建设为重点，大力发展新能源汽车产业，到2015年形成20万辆以上新能源汽车（含中、重混合动力汽车）综合生产能力。其中，在整车制造领域，将重点发展插电式混合动力、纯电动和中混以上混合动力客车及乘用车，鼓励发展特种用途电动汽车、新一代轻型纯电动汽车和LNG汽车，支持新能源汽车整车生产企业和项目获得国家核准和行业准入。布局发展燃料电池汽车等其他新能源汽车。

在关键零部件领域，围绕新能源汽车整车生产项目，规划、整合、发展上游配套企业，重点发展新能源汽车动力电池、驱动电机和电控等关键零部件。电机方面，重点发展大功率永磁电机及其控制系统，加快发展永磁电机耐高温材料、电力电子模块、高可靠控制器等配套产品。在电控方面，重点发展电动汽车整车控制系统，加快开发混合动力多能源管理系统，积极发展大功率车用绝缘栅双极晶体管（IGBT）等车用功率型电子元器件等等。

此外，还将加快新能源汽车充电、充气、维护等基础设施建设，探索裸车销售、电池租赁、整车租赁、快换电池等新型商业模式。在现有国家、行业标准的基础上，进一步研究制定新能源汽车的能量消耗、污染物排放等地方标准，率先建立较为完善的新能源汽车地方标准体系，支持成熟的地方标准申请成为行业和国家标准。

重点项目总投资达153.2亿

为了支撑新能源汽车产业发展，广东将投资153.2亿人民币，重点扶持12个项目，主要分布在珠三角各个城市。其中，投资最大为珠海银通新能源有限公司开发高性能磷酸铁锂动力电池和高效钛酸锂储能电池项目。到2015年形成年产10亿安时新型磷酸铁锂电池和高效钛酸锂储能电池，1万辆新能源大巴车（包括纯电动、混合动力和LNG车）和10万套电动车动力总成的能力。

而涉及市场乘用车整车项目只有广汽自主品牌混合动力开发项目，投资1亿元，于今年内完成。大部分项目集中在电池开发生产、驱动电机及控制系统等关键零部件。

《规划》也明确指出，将促进产业集聚发展，支持深圳市建设国内领先的电动汽车研发与产业化基地，广州市建设国家新能源汽车产业基地，珠海、佛山、中山、梅州市建设广东省新能源汽车产业基地，形成“二大四新”整车生产格局。

同时，围绕整车生产项目发展上游关键零部件配套产业，打造新能源汽车产业链。推进深圳、珠海、惠州、东莞等地建设锂离子动力电池生产基地，推进中山市建设电机驱动产业基地，支持深莞惠、广佛地区发展电控以及电动空调、电动助力转向、电动助力制动等电动化附件产业，打造珠江口岸新能源汽车关键零部件产业带。鼓励江门、肇庆等地以及环珠江三角洲地区引导当地优势产业向新能源汽车延伸，发展新能源汽车零部件、结构件、元器件、材料等相关配套产业，形成环珠三角新能源汽车配套产业带。

（来源：南方日报，3月23日）

[回到目录>>](#)

长春向世界级汽车产业基地迈进

2011年，在全国汽车产业发展趋缓、产销规模与上年基本持平的情况下，长春汽车产业表现亮眼：整车产能突破200万辆，汽车零部件产值首次突破1000亿元大关，达到1050.5亿元，同比增长36%。这意味着，长春向世界级汽车产业基地的目标迈出一大步。

整车：“长春造”表现抢眼

奥迪Q5，一上市就风靡市场，全年劲销5.86万辆，同比增长80.5%；高尔夫A6，备受时尚人士青睐，年销售量同比增长73.9%；一汽-大众CC产销两旺。它们，有着共同的血统——“长春制造”。

2011年，全市汽车工业实现利润总额441.2亿元，同比增长15.7%，整车厂生产放缓并未影响到企业绩效，企业生产经营保持健康发展。

三大主机厂稳健发展，其中一汽-大众产销形势良好，全年累计销售汽车103.4万辆，同比增长18.9%，奥迪Q5、新宝来、迈腾、CC等车型产销两旺。轿车累计销量同比增长9.4%，高于国内轿车行业水平2.8个百分点，其中高尔夫A6、奥迪和新宝来销量分别同比增长73.9%、14.5%和20%；SUV“新星”——奥迪Q5更是表现亮眼，销量同比增长80.5%。

一汽整车扩能项目，带动中高端汽车年产量突破100万辆，占全市整车产量的比重超过60%，实现产值2132.9亿元，增速达到27.5%。一汽丰田、一汽通用轻型车投产项目、一汽轿股达产项目、一汽丰越投产项目等一批整车项目的开工建设与投产，使长春整车产能突破200万辆，在全世界进入领先水平。

本地配套率提高3.8个百分点

去年，长春汽车零部件产业本地配套率提升3.8个百分点，这在长春历史上是罕见的。汽车零部件产业一直是长春汽车产业的短板，也是重点培育的领域。迈向世界级汽车产业基地，打造一个本地配套的汽车零部件产业集群势在必行。

在整车扩能的要求下，长春汽车“五个一工程”提前一年完成目标：一汽-大众发动机、一汽轿股发动机、一汽-大众变速箱、一汽轴齿中心等核心零部件项目进展顺利，全市汽车整车、发动机、变速箱生产能力分别提升到200万辆、127万台、106万台。这些成为推动汽车零部件产业迅速长大的强大力量。

从“提高汽车零部件本地配套率”的工业发展战略确立伊始，长春便在做大做强汽车零部件产业方面推出一系列举措：围绕整车扩能，大力提高汽车零部件产业本地配套率；出台一系列鼓励政策，吸引核心汽车零部件企业落户长春。

经过几年的发展，一个以一汽集团为核心、以汽车配件业为支撑的产业集群正在长春崛起。

如今，富奥集团、旭阳集团等一大批本地配套企业迅猛发展，已经成为地方企业中的重要力量，为长春市汽车零部件产业基地建设夯实了基础。

去年以来，长春市零部件企业总体保持较好生产态势，规模以上汽车零部件企业达到192户，实现总产值1050.5亿元，同比增长36%。在供应长春整车市场的同时，本地零部件产业主动出击，大力开拓外埠市场，产品外埠供应量大幅增长。同时，随着汽车保有量的不断增加，零部件企业产品直接销往售后市场的比例逐渐增大，使得长春汽车零部件企业生产增长高于主机厂。

从“整车产能突破百万辆”到打造“千亿级汽车产业基地”，再到“世界级汽车产业基地”，长春汽车产业发展目标的变化令人兴奋，随着目标提升速度的加快，城市发展的进程也在加快。

（来源：长春日报，3月21日）

[回到目录>>](#)



【国内动态】

1. 启辰下线 东风汽车“合资自主”全线铺开
2. 中国重汽计划在印尼设立商用车装配厂
3. 北京摇号1:47.9中签率创新低

启辰下线 东风汽车“合资自主”全线铺开

3月20日，东风日产合资自主启辰D50在郑州下线，全国近百家启辰专营店开始接受消费者预订。东风汽车力推的合资自主事业，已经全线铺开，并进入了市场运营阶段。

行业内已经蔚然成风的合资自主，东风汽车虽然不是最早的倡导者，但却是最坚定的推动者之一，其行动走在了其他汽车集团的前列。按照东风汽车的规划，旗下所有的合资企业都将推出合资自主品牌。

在东风汽车去年底发布的“乾”D300自主品牌中期事业计划中，在乘用车领域内，合资自主更是和风神品牌、大中华品牌一起组成了东风大自主的三个层次，成为其自主战略的重要组成部分。

2010年，东风日产在东风汽车中率先发布了启辰品牌，并于20日正式下线。东风日产市场销售总部副部长杨嵩对《第一财经日报》记者表示，启辰D50将在下个月的北京车展宣布上市，届时国内首批100家4S店同步开售。

目前，启辰D50已经开始接受市场预订，其预售价格为7万~9万元。和东风日产同样来自于日产B平台的其他产品相比，价格下降了30%左右。

对于正在冲刺100万辆的东风日产来说，启辰的下线和上市销售，将为其提供销量提升的新动力。杨嵩表示，启辰D50的销量很快就会超过5位数。

在东风汽车旗下的合资公司中，除了东风日产之外，东风本田也在去年的广州车展推出了合资自主品牌“思铭”，并将在北京车展上市销售。据悉，东风悦达起亚的合资自主品牌“典悦”也即将发布。

合资自主争议不断，不少业内人士认为这将冲击真正的自主品牌的市场。不过，在目前的市场环境下，推出合资自主，却是合资公司摆脱单纯组装地位，向采购、研发等产业链上游不断拓展的唯一途径。

启辰的首款产品虽然也是借用了日产汽车的B平台，不过，在研发领域，东风日产也在不断地发力，规划了全系列产品线。杨嵩曾表示，东风日产合资自主的研发投入，能够达到进入政府采购目录所要求的占销售收入3%的标准，从而使东风日产的合资自主进入政府采购。

而在不断推进的东风汽车合资自主事业中，也将创造一个新的模式，即合资自主品牌制造的合资自主产品，将使用东风的品牌，进入东风自主品牌的销售渠道内销售。据悉，即将发布的神龙汽车合资自主，也将会采用这个模式。

（来源：中华工商时报，3月26日）

[回到目录>>](#)

中国重汽计划在印尼设立商用车装配厂

作为印度尼西亚总统访华活动之一的中国与印尼企业签约仪式3月23日在北京举行，中国重汽集团与印尼英达集团就在印尼设立商用车装配厂签署了合作备忘录。

中国重汽集团进出口公司董事长刘培民与印尼中华商会名誉会长、英达集团董事长林秀礼共同在备忘录上签字。刘培民还出席了印度尼西亚总统苏加洛与中国印尼企业总裁对话会。

根据备忘录，中国重汽集团将与英达公司合作，在印尼建立中国重汽品牌的重卡以及轻卡等全系列商用车装配厂。

刘培民说，在境外设厂是中国重汽实施走出去战略，实现真正走进国际市场的重要措施。中国重汽今年在印尼的订单销售可达1000辆。在印尼设厂将有助于巩固扩大中国重汽产品在当地的销售。

今年中国重汽集团出口继续呈现良好势头，一季度已接出口订单过万辆，同比增长50%。

（来源：新浪汽车，3月26日）

北京摇号1：47.9中签率创新低

36日，将有97万余人参加购车指标摇号。本月个人购车指标为20282个，是历次数量最多的，然而由于新增申请人数较多，中签率仍创新低，约为1:47.9。

经统计核实，2011年8月26日中签未用个人小客车配置指标为2682个，因而本期摇号指标将产生20282个个人中签编码。这也是自本市实行购车摇号以来，个人指标数量最多的一次。

虽然指标数量增加，但指标的增加速度赶不上申请者的增加速度。经审核，截至今年3月8日24时，个人小客车指标申请共有971008个有效编码，这也使得本期购车摇号中签率再创新低，约为1比47.9。

今天摇号工作全部结束25分钟后，申请者可通过网站www.bjhjyd.gov.cn查询摇号结果，1小时后也可拨打12580查询。

未中签者4月8日前应确认延期

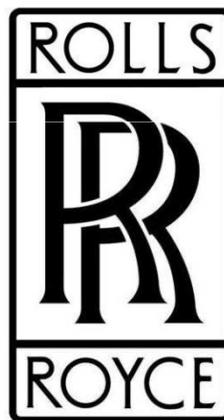
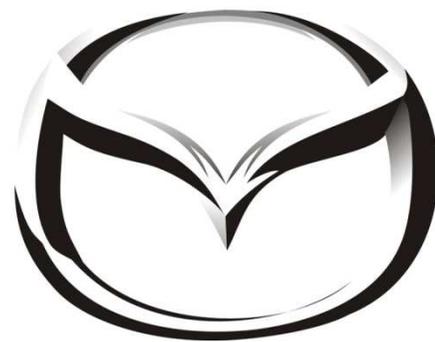
今年1月1日起，本市实行新规，个人申请编码有效期为3个月。3个月后，继续参加摇号需要“确认延期”。

去年1月1日至今年1月8日期间申请的经审核通过的编码，有效期截止至2012年4月8日。这批申请者如果今天仍未中签，需要在4月8日前“确认延期”，否则不能继续参加摇号。

4月8日前，市民任何时间登录小客车指标调控管理信息系统网站，点击“确认延期”按钮即可完成操作。

（来源：京华时报，3月26日）

[回到目录>>](#)



【国际视野】

四

1. 通用: 欧宝工厂 或关闭 中国等低成本国扩产
2. 菲斯克3月底募1亿美元 完成10亿美元融资
3. 美终裁中国输美钢制车轮存倾销补贴行为
4. 欧洲2月汽车销量呈2010以来最大幅度下滑

通用:欧宝工厂或关闭 中国等低成本国扩产

据德国《镜报》(Der Spiegel)最新消息,尽管欧宝CEO称2014年之前工厂保持运营,但通用汽车内部战略文件表明仍存在关闭欧宝工厂的可能,并且计划在生产成本较低的中国等地扩张产能。

《镜报》称,日前全球性通用汽车业务大会展示了一份名为《全球工厂印迹》(Global Assembly Footprint)的内部战略文件。根据文件,德国波鸿欧宝工厂以及英格兰的埃尔斯米尔港沃克斯豪尔工厂仍可能关闭,同时制造成本较低的中国、俄罗斯、印度、巴西、墨西哥和波兰等地产量则将扩大。

通用汽车在文件中表示,计划提升中国、韩国和墨西哥工厂向欧洲市场的出口量,到2016年将在现有基础上再提升30万辆/年。

关于欧宝工厂关闭的争议

3月23日,西德汇报WAZ声称,欧宝CEO卡尔-弗里德里克·施特拉克(Karl-Friedrich Stracke)向德国政府提交了关闭波鸿欧宝工厂的计划,并拟周一与工会商谈。

24日,德国《画报》(Bild)又援引施特拉克的话进行辟谣,表示排除了近期内关闭工厂和裁员的可能。欧宝发言人于25日表示目前尚未作决定。德国经济部发言人也援引施特拉克言论表示,2014年之前欧宝不会关闭工厂或裁员,但为了将来实现盈利,并没有设置任何禁忌。

(来源:盖世汽车网,3月26日)

菲斯克3月底募1亿美元 完成10亿美元融资

据彭博社消息,知情人士透露,美国菲斯克公司拟在本月底之前再募集1亿美元私人资金,达成一共融资10亿美元的目标。

两位知情的匿名人士透露,根据美国相关管理机构的档案,截止到今年2月份,菲斯克电动车公司已通过私人投资者筹集资金8.96亿美元。

菲斯克电动车公司募集资金主要是为了修复其插电式混合动力车卡玛的故障,尽快恢复其特拉华州工厂的正常生产并投产一款新车型Nina。

去年年底,菲斯克电动车曾宣布在美召回239辆卡玛电动车,召回原因是A123向其供应的电池存在安全隐患。

今年2月份,菲斯克电动车曾因缺乏资金而关停其美国特拉华州的工厂并暂时解雇26名员工。菲斯克电动车2012年的销量目标已从之前预计的1.5万辆降至1万辆。

(来源:搜狐汽车,3月26日)

美终裁中国输美钢制车轮存倾销补贴行为

美国商务部3月19日作出终裁，认定中国输美钢制车轮存在倾销和补贴行为，这基本为美国针对此类产品征收反倾销和反补贴关税(“双反”)扫清了道路。

这是今年以来美国对中国发起的又一项贸易救济行动。近期美国方面连续对中国产品发起“双反”和“337调查”，贸易保护主义明显升温。中国商务部多次表示，希望美国政府恪守反对贸易保护主义承诺，共同维护自由、开放、公正的国际贸易环境，以更加理性的方法妥善处理贸易摩擦。

美国商务部裁定，中国钢制车轮的生产商或出口商在美国销售钢制车轮时存在倾销行为，倾销幅度从44.96%至193.54%不等，还裁定中国输美的此类产品接受了25.66%至38.32%不等的补贴。

按照美方程序，除商务部外，贸易救济案还需美国国际贸易委员会作出裁决。根据目前日程，美国国际贸易委员会定于4月30日左右做出终裁。如果该委员会也作出肯定性终裁，即认定从中国进口的此类产品给美国相关产业造成实质性损害或威胁，美国商务部将要求海关对相关产品征收“双反”关税。

美国商务部的数据显示，2011年美国从中国进口的钢制车轮总价值约为8420万美元，2010年约为8040万美元。

(来源：新华网，3月20日)

欧洲2月汽车销量呈2010以来最大幅度下滑

据国际汽车制造商协会OICA统计的数据，2011年全球汽车产量达到8,010万辆，同比增长3%。

2011年亚洲汽车产量共计4,060万辆，欧洲汽车产量为2,110万辆，美洲汽车产量为1,780万辆。

欧洲市场中，欧盟27国2011年的汽车产量为1,770万辆；其它欧洲国家(包括俄罗斯以及土耳其等)的汽车产量共计340万辆。

美洲市场中，2011年，北美自由贸易区NAFTA的汽车产量为1,350万辆；南美的汽车产量为430万辆。

亚洲市场中，日本汽车产量为840万辆；韩国汽车产量为470万辆；中国汽车产量达到1,840万辆。

OICA预计，今年全球汽车产量增幅仍将保持在3%。

(来源：搜狐汽车，3月21日)

[回到目录>>](#)



【调研与数据】

1. 比亚迪2011净利减少45% 1季度净利或暴跌
2. 2012年2月份全球各国汽车市场销量晴雨表
3. 工信部部长苗圩:中国汽车出口冲击百万辆

比亚迪2011净利减少45% 1季度净利或暴跌

比亚迪(002594.SZ)3月25日晚披露的2011年年度报告显示,公司期内归属于上市公司股东的净利润为13.85亿元,同比下降45.13%;基本每股收益0.60元。

比亚迪并预计,2012年1-3月净利润比上年同期下降65.00%至95.00%。而公司2011年同期归属于上市公司股东的净利润约2.67亿元。至于业绩变动的原因,公司表示,一季度汽车、手机部件及组装业务的业绩与去年同期相当,但二次充电电池业务中太阳能电池业务的业绩与去年同期相比下降幅度较大。

年报数据显示,比亚迪全年实现营业总收入488.27亿元,同比增长0.78%。期内,集团汽车业务实现销售收入约239.02亿元,同比上升5.55%;手机部件及组装业务实现收入约199.72亿元,同比下跌3.97%;二次充电电池业务实现收入约49.52亿元,同比略有下跌1.04%。

其中,汽车业务方面,受到国内汽车市场增速大幅回落及自主品牌整体市场份额下降等因素影响,期内集团的汽车销量较2010年有所下降。报告期内,集团共销售汽车43.7万辆,同比下降13.33%;集团汽车业务实现销售收入约239.02亿元,同比上升5.55%;毛利率21.68%,同比减少2.06个百分点。尽管集团汽车销量有所下降,受益于车型结构变化,集团汽车业务收入依然略有增长。

手机部件及组装业务方面,2011年集团手机部件及组装业务保持平稳发展,实现销售收入约199.72亿元,同比下降3.97%;受产品组合变化、主要客户销售下降、市场竞争激烈及成本上升等因素影响,报告期内毛利率同比下降了0.42个百分点至13.54%。

集团二次充电电池业务同比下降1.04%,主要因为锂离子电池业务及镍电池分别受累于传统手机需求及电动工具需求下降,销售收入有所下降。太阳能行业受欧洲经济不景气的影响,使集团的太阳能业务表现逊于预期。

利润分配方面,比亚迪表示,公司过去两年因扩充产能、开发新产品以及拓展新业务产生了较大投资,资金状况较为紧张。此外,自2010年1月以来,国家宏观调控使得资金面并不宽松,整体货币供给有限。综合考虑以上因素,以及公司目前的财务状况、经营状况以及公司的长期发展需要,董事会建议对公司2011年度利润不进行利润分配,也不进行资本公积金转增股本。

(来源:第一财经日报,3月26日)

[回到目录>>](#)

2012年2月份全球各国汽车市场销量晴雨表

2012年2月，美国市场轻型车总销量约为115万辆，与去年相比增幅达到了16%。

上个月，美国轻型车总销量为1,149,432辆，对比2011年同期的993,566辆，同比增长15.7%；前两个月累计销量为2,062,728辆，较2011年的1,813,461辆，同比增幅为13.7%。基于当月销售速率的全年销量预期数值SAAR(Seasonally Adjusted Annual Rate)打破了1月份的纪录，为1,510万辆.....

2月西欧新车销量同比下降11.4%

盖世汽车讯 今年2月份西欧以及北欧的新车销量为851,490辆，同比下降11.4%。

今年前2个月，西欧以及北欧市场累计销量为1,788,443辆，同比下降9.8%。按照2月销售情况计算季节性调整年销售率SAAR(Seasonally Adjusted Annualised Rate)，预计全年销量为12,287,289辆，同比下跌6.3%

2月份日本汽车销量同比增长32%至33万辆

盖世汽车讯 不含排量660 cc以下的微型车辆，今年2月份日本汽车市场上普通车辆总销量为333,213辆，较去年同期增长31.9%，去年同期的销量为252,634辆.....

新兴市场

巴西2月轻型车销量同比下降8.9%

2012年2月份，巴西轻型车销量为235,896辆，同比下降8.9%，去年同期的销量为258,798辆；环比下降6.6%，今年1月份巴西轻型车销量为252,697辆.....

俄罗斯2月轻型车销量同比增长25%

今年2月份俄罗斯的轻型车销量共计206,873辆，同比增长40,718辆(增长25%)，去年同期的销量为166,155辆。

今年前2个月，俄罗斯的轻型车销量为361,279辆，同比增长23%，去年同期的销量为294,412辆.....

印度2月乘用车销量同比增长13%

今年2月份印度的乘用车销量为211,402辆，同比增长13.0%，创下2011年4月份以来销量最高增幅。

另外，今年2月份印度的卡车以及客车的销量为76,981辆，同比增长18.7%。

欧洲市场

德国2月份新车销量同比略微下降

据德国联邦机动车运输管理局KBA和LMC Automotive统计的数据，去年2月份德国的新车销量为224,500辆，今年2月份德国的新车销量为224,318辆，与去年同期基本持平。

德国汽车工业协会VDA统计的数据则显示，2月德国新车销量为224,400辆，同比仍保持平稳。

2012年2月法国新车销量同比下跌20%

今年2月份，法国乘用车销量同比下跌20.2%，为163,063辆。如果按照每日销售比率DSR计算，由于2012年销售日期从2011年的20天/月提高到21天/月，因此降幅为24.0%。轻型商用车（小于5吨）2月在法国售出了33,895辆，同比下降3.8%。当月法国轻型车总销量为196,958辆，同比下降17.8%。另外，重量超过5吨的商用车销量3,561辆，同比增长3.3%。

今年前两个月累计销量方面，乘用车销量同比下跌20.5%，为310,109辆。如果按照每日销售比率DSR计算，降幅为24.2%。轻型商用车销量同比下降3.2%至66,595辆。

[返回目录>>](#)

2012年2月份全球各国汽车市场销量晴雨表

轻型车累计总销量为376,704辆，同比下跌17.9%。重量超过5吨的商用车销量7,740辆，同比增长4.9%。

英国2月新车注册量同比下降2.5%

2012年2月英国新车注册量同比下降2.5%至61,868辆，2011年同期的注册量为63,424辆。

2月份英国市场上柴油动力车型的注册量同比增长4.9%，市场份额从去年同期的50.1%增长至53.9%，替代能源车的注册量也有所增长

意大利汽车2月销量低迷 同比下降18.94%

意大利2月汽车销量跌至28年来同期最低，仅为130,661辆；相较于去年，同比下降18.94%。此前，意大利1月份汽车销量较去年同期，同比下降16.9%。

西班牙2月新车注册量同比下降2.1%

据西班牙汽车制造商协会Anfac称，由于家庭购买私家车数量的减少，2月份新车注册量仅为64,732辆，与去年同期的66,121辆相比，同比下降2.1%。

亚洲市场

出口骤增内销止跌 韩国五大车企2月销量增长28%

韩国五大车企现代汽车、起亚汽车、通用韩国、雷诺三星及双龙汽车今年2月份全球总销量为689,915辆，较之去年同期的537,631辆，同比增长28.3%。

增长主要由海外出口销量拉动，577,010辆的业绩比一年前同期的430,697辆提高了34.0%。韩国本土销量也增长了5.6个百分点，从106,918辆上行至112,905辆。

土耳其2月汽车销量同比下降29.6%

2012年2月份土耳其汽车销量为41,324辆(包括轿车及轻型商用车)，同比下降29.6%。

2012年以来，土耳其前两个月的累计销量为70,869辆，同比下跌31.6%。其中1月份，轿车销量为21,077辆，轻型商用车销量为8,648辆，较往年同期相比，跌幅分别为29.4%和43.6%。

印尼2月新车销量同比增长23.3%

今年2月份印尼新车销量为85,824辆，同比增长23.3%，去年同期销量为69,590辆。印尼新车销量大幅回暖主要原因是今年2月份的工作日比去年2月份多，另外一个重要原因是泰国洪水的负面影响已经慢慢退去，汽车制造商有足够的库存。

今年1月份，印尼新车销量为76,362辆，同比仅增长3%。今年前2个月印尼新车累计销量为162,186辆，同比增长13%，去年同期的销量为143,580辆。

美洲市场

加拿大汽车市场2月销量强劲 同比增长11.2%

2月份加拿大市场销量强劲，同比增长11.2%至106,716辆，已实现连续第6个月增长，且高于5年来平均月销量，这将预示着加拿大市场很有可能达到其2012年预期销量161万辆。

(来源：盖世汽车网，3月16日)

[回到目录>>](#)

工信部部长苗圩:中国汽车出口冲击百万辆

工信部部长苗圩近日在接受媒体采访时表示,中国汽车出口量去年大增50%达到82.4万辆,已经超过金融危机之前的水平,并将在一两年内实现突破100万辆的目标。

苗圩称,中国的汽车发展前30年,主要是在国内市场销售,金融危机之前2008年的时候,出口的汽车曾经达到过54万辆。金融危机以后由于受国际市场的影响,汽车出口量减下来了。“非常可喜的是,去年我们除了重新回到了金融危机之前的出口量,甚至比那个还要多,一共出口了82.4万辆各种各样的整车,比上一年度出口的量增长了50%以上,这是一个非常可喜的开始。”

苗圩表示,随着更多的企业“走出去”,随着产品进一步的成熟,随着市场的不断扩大,中国的汽车一定能够在世界汽车市场上占有一席之地。“我想超过百万的目标可能就在最近的一到两年之内就马上能够实现。”

加速国际化战略,已经成为国内主要车企的共同诉求。在当前国内车市增速放缓的情况下,这种诉求更为迫切。从整体上看,去年我国汽车出口量仅占总产量的4.5%,在全球国家中排名非常靠后。

据中汽协会统计的汽车整车企业出口数据,2月汽车企业出口为6.12万辆,环比增长8.7%,同比增长41.1%,1-2月出口11.75万辆,同比增长23.5%。汽车出口保持稳步增长。

欧洲商业协会近日公布的最新数据显示,今年2月份中国品牌汽车在俄罗斯销量同比大幅增长。当月吉利汽车销售1003辆,同比大涨414%;奇瑞汽车销售1097辆,增幅达276%;长城汽车销售906辆,增长120%。分析人士指出,中国品牌汽车销量大增的主要因素是去年同期的基数较低。据统计,2011年俄罗斯轿车和轻型商务车销量为265.34万辆,比前一年增长39%。欧洲商业协会预计,今年俄罗斯这两种汽车销量为280万辆。

随着国内自主品牌汽车的发展,更多的车企正在加速拓展国际市场。如吉利去年加大出口力度,实现出口增长76%。除了奇瑞、长城等目前出口主力外,东风等国内大集团也整体启动了国际战略。中国汽车出口已引发国家车企发出“中国威胁论”。但未来汽车出口要达到更大的规模,仍有赖于众多国内合资车企,能成为国际厂家的全球出口基地。

(来源:南方日报,3月16日)

[回到目录>>](#)



【双周声音】

1. 比亚迪2011净利减少45% 1季度净利或暴跌
2. 2012年2月份全球各国汽车市场销量晴雨表
3. 工信部部长苗圩:中国汽车出口冲击百万辆

李书福：不纠结争议 加快推进沃尔沃国产

沃尔沃在中国发展的前景再次成为舆论关注的焦点，其核心就是，沃尔沃现在作为100%的中国企业，要在国内落地生产，却要被界定“外资”身份是否合理？沃尔沃是否一定要“被合资”才能落地中国，这对沃尔沃在中国的发展是一种促进还是遏制？

根据此前沃尔沃发布的中国战略显示，未来，中国市场将成为沃尔沃汽车第二本土的市场，2015年前后，沃尔沃计划在中国高档车市场占20%的份额，在华年销量超过20万辆。其中，“国产化”生产是重要一环。然而至今一年多来，沃尔沃在中国的生产工厂却迟迟未见开工，现在却要用“合资自主品牌”的形式来替代沃尔沃“国产化”，尽管无论沃尔沃，还是吉利都属李书福所有，这两个公司的合资说白了也是两兄弟之间的一种游戏形式。从现阶段来看，这和李书福一再强调的“吉利是吉利，沃尔沃是沃尔沃”的发展战略是有背的，这也是目前横亘在李书福面前的一个坎。

日前，吉利集团董事长李书福在针对这些争论和疑惑表达了自己的观点。他说，他很理解外界关于沃尔沃与吉利合资建厂的一些争议，说明大家都非常关心沃尔沃在国内的发展，都希望沃尔沃这个全球豪华汽车品牌能真正被视为中国品牌，为之创造良好的发展环境，这对沃尔沃在中国的发展都是一种鼓励和支持。但李书福同时表示，沃尔沃被界定“外资”，以与吉利合作的形式实现国内生产，是国家有关部门按现在国家政策而定，1994年颁布的《中国汽车工业产业政策》明确规定，外资品牌在整车合资企业中的股比不得超过50%。这就意味着，和其他外资企业设厂一样，沃尔沃只能通过与吉利汽车的合资才能进入中国市场。尽管沃尔沃与其它外资企业有着本质的不同，这也是不争的事实。但国家有关部门现在既然这么界定了，一定也会有他们的解释和理由，可能会更多考虑“一视同仁、一碗水端平”等问题，因为这关系到整个国家的政策、法律和开放的理念。作为企业也会理解和尊重，并照之去执行。

2011年，沃尔沃在全球的销量增长50%，其中中国市场增长50%，日本、德国市场的增长也是50%左右。中国是沃尔沃汽车的第二个本土市场，吉利并购沃尔沃后，沃尔沃在中国各个方面的投入都比较大，因此市场发展较快。但要继续扩大和加快沃尔沃在中国的发展步伐，就必须尽快解决和推进沃尔沃的“国产化”问题，目前阻碍沃尔沃在中国市场取得更大进步的就是其国产化策略问题。李书福表示，“现在将要采取的这样一种形式，虽谈不上最佳方案，但对沃尔沃“国产化”来说，是一个解决办法，吉利现在要做的就是，根据国家有关部委的要求去抓紧落实，不化时间去纠结一些争议的东西，尽快推进沃尔沃的“国产化”，这是最重要的。”

从李书福的观点中感觉到了他在沃尔沃“国产化”问题上的紧迫感和他作为一个负责任、顾大局的企业家胸襟。在全球汽车行业洗牌中，兼并整合是一个发展趋势，汽车产业你中有我、我中有你的全球化，已经对中国18年前制定的股比限制规定及其实施构成颠覆性挑战，使其陷入有待调整的阶段。尽管如此，在李书福身上感觉到的还是那种不变的自信和乐观，正如他所说，“我们既不能依靠竞争对手来帮助我们实现愿望，只有自己强大起来，只有和竞争对手勇敢地展开竞争，以科学的态度去展现参与全球公平竞争的姿态，以负责任的态度很有信心地和竞争对手开展依法、公平、透明的竞争。只有这样，我们才能不断走向强大，我们也不能依赖国家政策的特殊照顾，我们只能遵守国家政策，按照政策办事，企业才能生存和发展。”

（来源：中新网，3月23日）

[回到目录>>](#)

张志勇:平行换代压缩自主生存空间需叫停

中国汽车市场一个奇怪的现象是：平行换代。之所以特殊，是因为平行换代只是发生在中国的特殊现象。就像“加长”现象一样，皆是汽车企业为中国消费者专门倾情打造。

如果说加长还是完全一种产品创新的话，那么平行换代则是一种技术倒退，尽管从市场营销的角度去讲，这无可非议。

当一款新的车型导入之后，为什么老款车型还要在市场上进行销售呢？从市场的角度来说，是因为有更低层次的消费者愿意以更低的价格来接受这款产品。但是，这种平行换代却是将相对不安全的技术与产品卖给了消费者。汽车企业为什么要换代？是因为新的产品更节能，更环保，更有动力，更舒适，更安全。反过来说，是因为原来的产品相对不安全，相对不环保，相对不节能。

为什么汽车企业知道了自己产品的缺陷，却还要将这款产品重新包装一下卖给消费者呢？汽车企业或许会说，因为你享受了更低的价格优惠。依据这样一个道理，是否就可以这样说：肉坏了，还可以再卖给消费者，并辩称消费者你享受了低价格？而且，我们要需要质疑的是：所谓的低价格真的是对于中国消费者的一种优惠甚至恩赐吗？

由于一款汽车产品价格的制定是根据技术研发费用在产品生命周期内的摊销来确定，因此，当发生汽车换代时，老款汽车产品中的技术研发费用以及其他相关所有的成本基本已经全部通过价格摊销全部收回成本，老款产品的构成成本中，基本都是生产制造以及采购成本。也就是说，一款被换代的旧款产品如果继续在市场销售的话，其产品的价格应该相比较新款产品价格要低许多才对。

但是，我们从中国目前推出的平行换代的产品实例中，却看到老旧款的价格差距都很小。也就是说，汽车企业通过继续售卖老款一代汽车产品，从消费者手中获得的利润是超额的利润。从表面看来，是消费者以更低的价格获得了汽车产品，但是这种较低是与新一代产品或者新一代没有推出之前相比较，如果以老款汽车产品自身的价值与技术程度而言，显然不值这么高的价格。

平行换代对于中国汽车市场另外一个不利的影响在于：坚持垂直换代的产品的汽车企业在竞争中处于不利的地位。

比如一家汽车企业没有进行平行换代，从而就造成你产品数量相对较少。比如广汽本田，如果广本像其他汽车企业一样实施平行换代，那么广本平行换代的杀伤力要比其他汽车企业更大一些。但是，正是广汽本田的这种坚持，却让自己处于一种非常尴尬的境地。

平行换代最大的影响还在于，外资品牌借助所谓的平行换代策略严重阻碍了自主品牌市场向上突破。

当然，中国政府对于平行换代似乎并无更多的制约措施，因为消费者即使全都去购买拖拉机，你又能如何阻止呢？平行换代产品之所以能够在中国市场大行其道，还在于消费者的不成熟，这种不成熟的表现在于，消费者购买外资品牌的产品仍然存在一种盲目的心态，认为只要是外资品牌的，就一定是好的。

因此，中国政府以及消费者权益保护机构，可以在培育市场消费理念以及相关技术知识上进行更多的相应的动作。消费者权益保护机构，除了保护汽车车主在购买汽车以后不被汽车企业所伤害，帮助消费者提高汽车专业知识本身就是一种保护的重要内容之一。

同时，消费者权益组织应该对于所谓的社会责任之类的活动评选进行适时的监督。我们看到所谓的那些获奖的企业，更多的是以销售收入，甚至以赞助多少来评定，而非以社会责任高低来作为重要评价。

而一家汽车企业是否坚持平行换代或者垂直换代，无疑就是这种责任心的重要体现。也许许多企业都认为，多做一些公益活动就是社会责任的体现，但是，汽车企业社会责任的最大体现在于对消费者利益的充分理解、爱护，如果你对自己的消费者都存有自私之心，那么其他所谓的爱心活动恐怕就有些沽名钓誉之嫌。

回到目录 >>>
(来源：搜狐汽车，8月26日)

凌然：车市合资扩容不断 技术进化远不够

国内汽车第三阶段的合资基本上以告一段落，由于自主汽车的合资得以实现，也基本上达到了新合资产生新现象的结果。现在可以说，无论是合资的规模、还是合资的多元程度，都已经达到了不能再饱和的最大值。由此可以看出，国内汽车制造所出现的复杂状况，很可能不会对未来的制造与发展产生难以想象的影响。这其中，不仅会有合资自主车型、也还会更多的出现自主合资的产品，确自然就会因为合资制造过度、给消费者带来应接不暇的感觉。

随着合资制造的进一步深化，给国内汽车带来的技术发展毋庸置疑。但也同样带来了一些让业界始料未及的新问题，那就是合资是不是需要进化、合资的进化为何不应该仅体现在技术层面，这都是值得深思的问题。前几天，在广东省已经将千亿养老金投入股市的时候，央广也不失时机的找寻到日本、美国关于养老金如何保管的现实，期待一比较的方式对国内养老金的监督带来一定的建设作用。这就说明，汽车有如此大合资的扩容，仅有技术层面的深化是远不够的，更需要在消费保障与服务等方面，更多的与国际先进理念接轨，才能保障国内汽车市场的完善。

合资进化不应仅体现在技术层面

这两年，可能是金融危机改变世界经济的原因，使国内汽车市场进一步确立了中心地位。随即，体现在国内合资制造上的现象，就是国际技术铺天盖地而来。相应的，随着技术如潮的涌入，国内以合资为主导的技术升级与新车推广、纵然是到现在也未见缓和。而从国内汽车整体的发展角度看，仅有新车新技术的不断提升，其它方面如果落在后面的话，对汽车整体发展同样也会没有一点好处。像我们的标准、服务以及道路设施，都在这种新车发展的突飞猛进面前流露出不小的问题，就很好的说明了合资“进化”不应仅体现在技术层面。

由于技术发展过快，就会难免不造成衡量技术程度以及保障技术标准方面的一些列问题出现。这些年国内所出现的因技术导致的纠纷以及在建立标准方面的缺口，都是造成汽车合作发展有些冒进、软件保障难以跟上的主要原因。

随着合资第三阶段的进一步扩容，许多自主车企也加入其中，如果仅仅将注意力眼盯着技术上的合作发展，显然是不够的。由此看来，发展与保障在汽车环节上，更需要两手抓、两手都要硬。

保障问题突出说明行规接轨不足

发生在国内汽车市场的许多问题，如果追根溯源的话，还是管理上的接轨不够所造成的。外方这么多次运用双重标准对待国内，如果不是看到了国内在管理上的明显纰漏，作为在别的国家进行制造的跨国企业，想必是不会在这方面出现问题的。所以，要想使汽车合作进一步深化，除非先解决了管理上的滞后与服务上的欠缺，才能够保障汽车合资合作的顺利发展。否则，面对制造和销售早已达到千万级的市场，再出现头痛医头的现象，是很难使汽车稳定发展的。

按理说，在引进国际先进技术的同时，就应该明确国际技术发展、生存以及服务的环境是如何形成的，在这种前提下与国内汽车的现状结合，才不才是最合理的接轨方式。而我们现在，恰恰处在整体制造转型的阶段，既不能再无休止的鼓励合资扩张、又不能对国际技术的融合问题放任不管，更不能对后续的保障与服务睁一只眼闭一只眼，这都是面临快节奏技术发展最要深度发展的问题。看来，要想很好的解决在合资管理以及合资保障和服务方面的问题，除了需要强化相应的法法规建设以外，更好的借鉴国际市场的合理性以及优势，这才是能够保障国内合资制造整体发展的关键。

从现在的国内汽车发展情况上看，真正影响汽车合资的问题，无疑就是整体扩张无序以及合资制造的主导力量过于庞大。这就会进一步造成数量追求大于技术和保障追求的问题。虽然，车企也看到了要向品质转型的必要性，但由于合资本身所存在的利润稀释问题以及竞争复杂存在，自然也对合资的管理以及深化产生着不同于国际发展的难度。所以，到了现在，如果还要延续以往的所谓经验以及管理方式的话，落后不落后且不说，就是产生的混乱问题也会严重的阻挠国内汽车发展！恐怕，这才是需要从上到下进一步考深思合资该不该进化的大问题。

(来源：广州日报，2016年10月6日)

关于我们

北京华经纵横咨询有限公司成立于2003年，其前身为“北京华经纵横经济信息研究中心”，是以国务院发展研究中心“中国经济报告课题组”为依托，以国务院发展研究中心、中国竞争情报学会、中国人民大学商学院的专家教授为智囊的国内著名经济信息研究机构。

目前华经纵横业务范围主要覆盖细分行业研究、市场专项调查、项目投融资咨询等领域，我们已经发展成为一家多层次、多维度的综合性信息咨询机构。

凭借密切的政府部门支持及科研院所合作，华经纵横已经构建了包括政府部门、行业协会、专业调查公司、企业内部人脉、自有调查网络等在内的多渠道、多层面的数据来源；建立了涵盖国内外上百个行业的千万级的数据库；形成了数十种独创的专业分析模型和研究方法。

作为国内权威市场研究机构，我们的成果得到了政府决策机构、企业界和投资界的高度评价，视为反映中国产业发展动向的最具权威性的成果之一。国务院发展研究中心中国经济报告课题组、中国国际工程咨询公司、北京大学经济学院、中国竞争情报学会、中国城市规划设计研究院、中国社会科学院工业经济研究所、国家发改委宏观经济研究院等国内知名研究机构对公司的发展给予了大力支持。

相关部分成果推介

1. 2012年电动汽车行业市场调研及中期发展预测报告
http://www.chinacir.com.cn/2011_hyyc/278158.shtml
2. 2012年汽车轴承行业市场调研及中期发展预测报告
http://www.chinacir.com.cn/2011_hyyc/278215.shtml
3. 2012年邮政车市场发展深度分析报告
<http://www.chinacir.com.cn/cyyj/tjbg/zdtj/03/258146.shtml>
4. 2012年非公路自卸车市场价格预测及影响因素深度分析报告
<http://www.chinacir.com.cn/cyyj/tjbg/jgyc/03/258234.shtml>
5. 2012年汽车发电机细分行业研究报告
<http://www.chinacir.com.cn/hyyjbg/ebcbbicf.shtml>



首创北环国际中心