



# 汽车行业双周刊

2012年4月（下） 总第14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](http://www.chinacir.com.cn)

## 目录 Contents

### 一、特别关注

聚焦2012北京车展

- 变革创新·畅享未来 广汽长丰出击北京车展
- 引领自主高端 红旗傲然飘扬

### 二、热点追踪

- 上汽自主战略立体布局 抢占新能源制高点
- 车企打响二三线市场争夺战 角力品牌溢价
- 车企大推汽车延保服务 市场激烈竞争产物

### 三、国内动态

- 2012中国汽车产业发展论坛将于8月揭幕
- 上汽通用五菱：打破产能瓶颈
- 上汽集团：再造“商用”板块

### 四、国际视野

- 劳斯莱斯旗舰再加长 全新幻影加长版全球首发
- 美国政府重金押注 电动汽车无线充电技术
- 通用汽车实验室爆炸 损失或达500万美元
- 丰田在澳大利亚遭起诉 涉嫌违规解雇员工

### 五、调研与数据

- 能源汽车规划落地 VC看好正极材料企业
- 东风雪铁龙：深度营销中国
- 中国汽车业合资30年 自主品牌“被劫持”

### 六、双周声音

- 毛海：2015中国汽车以价格优势参与国际竞争
- Razelli：希望成为中国汽车成长市场一部分
- 戈恩：花都能保证英菲尼迪国产质量

## 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】

聚焦2012北京车展

- 变革创新·畅享未来 广汽长丰出击北京车展
- 引领自主高端 红旗傲然飘扬

## 变革创新·畅享未来 广汽长丰出击北京车展

第十二届北京国际汽车展览会4月23日正式开幕。刚刚完成再重组的广汽长丰携旗下三菱帕杰罗、帕杰罗赛车、ASX劲炫以及猎豹黑金刚、猎豹CS6、猎豹飞腾、猎豹CT5等七款车型参展，展现了“汽车湘军领跑者”的风采。

广汽长丰本届北京车展的参展主题是“变革创新·畅享未来”。广汽长丰总经理、广汽集团三菱合资项目筹备组负责人付守杰解释，“变革创新”，是对广汽长丰两年多重组历程的高度浓缩与概括；而“畅享未来”，寓意着广汽长丰再重组完成之后，在此基础上诞生的广汽集团与三菱汽车的新合资公司享有无限美好的发展前景，猎豹自主品牌也将在变革创新中加快发展。因此，广汽长丰此次重磅出击北京车展，具有承前启后的里程碑意义。

**广汽集团通过重组广汽长丰树立跨区域重组典范**

重组，是当今中国汽车产业发展最重要的关键词。作为我国《汽车产业调整和振兴规划》发布之后的跨区域重组第一例，广汽长丰因其示范效应一直备受各界瞩目。3月29日，广汽集团通过吸收合并广汽长丰，正式在A股上市，这标志着历时近三年的广汽长丰重组也划上了圆满的句号。

从最初广汽集团入主长丰汽车组建新的广汽长丰，到完全吸收合并广汽长丰实现广汽集团的整体上市，再到广汽集团与三菱汽车的新合资公司蓄势待发，在不到三年的时间，广汽集团通过重组广汽长丰坚持“筑巢”与“引凤”双线并举，上演了一部精彩的“重组三部曲”。通过“筑巢”，逐步理顺了复杂的资产关系；通过“引凤”，引入具有国际水准的合作伙伴。可以说，在兼并重组、资本运作、对外合作等诸多领域，都开创了全新的发展模式，为中国汽车行业的跨区域重组提供了借鉴。

业内专家指出，广汽集团重组广汽长丰的成功，不仅推动广汽集团加快实施全国性战略布局，使“大广汽”版图蔚然成型，而且也带动了湖南汽车工业的跨越式发展，湖南作为中国汽车工业“第六极”的重要性日益显现。

**ASX劲炫亮相 今年国产**

随着3月29日广汽长丰正式退市，广汽集团与三菱汽车成立全新合资公司的进程也进入了倒计时。作为新公司即将出发的先导车型，在4月23日的新闻发布会上，发布的ASX劲炫国产车型将在今年上市。

ASX劲炫定位为一款能给顾客带来愉悦的时尚、专业的紧凑型SUV，主要面向年轻的中产家庭及时尚白领。自2010年ASX劲炫以进口方式在中国销售以来，其高品质、运动型的内外饰、优良的环保性能，已经在市场上建立了良好的口碑。

业内人士分析，随着中国汽车市场换购、增购人群的增长，以及年轻消费族群的崛起，SUV市场特别是城市SUV的快速增长期还将延续。凭借三菱汽车在SUV领域的强大号召力，以及ASX劲炫国产后市场竞争力的进一步提高，ASX劲炫必将为广汽集团与三菱汽车的新合资公司进军SUV市场打开一片新天地。

在三菱SUV的象征产品、位于产品链顶端的“帕杰罗”上市30周年之际，广汽长丰的展台还展示了广汽长丰三菱帕杰罗，它是广汽长丰向顾客提供具备卓越价值观的车型，全面秉承了三菱帕杰罗的品质，是一款以性能著称的中高端专业SUV。

（来源：中国新闻网，4月24日）

[回到目录>>](#)

## 引领自主高端 红旗傲然飘扬

4月20日晚，北京钓鱼台国宾馆，500余位各界来宾与媒体代表出席了“中国一汽红旗品牌战略媒体发布会”，共同见证了红旗品牌的历史时刻。此次红旗品牌的高调发布，宣告了红旗这一凝聚国人厚重情感，见证了新中国无数荣耀时刻的“国车”即将全新启程。

### 传承精神，诠释品牌内涵

在新中国重要历史片段与红旗荣耀时刻的光影交汇中，感动与自豪涌动于每个与会者心中。对于国人，红旗是一种信仰与凝聚力。对于中国一汽人，红旗不仅仅是产品，更是文化的积淀、精神的图腾，并集中体现在中国一汽“争第一、创新业、担责任”的创业实践上。

追随时代变化的足迹，红旗在传承精神的同时，发展出与时俱进的审美风格和外观特征，并通过日新月异的产品技术为用户提供全新的驾乘感受。

红旗品牌的核心内涵是“大气、尊贵、经典、科技”。“大气”彰显国车风范：红旗以宏大胸怀海纳百川，凭借自身历史积淀与文化底蕴，结合中国元素与现代潮流，形成大气、威严、卓尔不群的品牌魅力；“尊贵”凸显国车地位：作为“中国第一车”，红旗传承的是其独有的第一品牌、第一品质，为驾乘者带来与众不同的价值感受和超越期待的尊崇体验；“经典”传承国车基因：红旗轿车在秉承其独有的车型特征和丰富内涵的同时，融合顺应时代的技术成果和现代审美需求，在传承与创新中打造出具有民族文化个性的现代汽车工业典范；“科技”引领国车发展：新一代红旗轿车一方面具备自主研发、生产和升级换代的完全掌控能力，另一方面在具有前瞻性的造车理念指导下，集成世界领先汽车技术，以卓越的科技品质，引领国产高端自主汽车的发展。

### 厚积薄发，红旗续写辉煌

肩负持之以恒、精益求精做好红旗品牌的责任与使命，中国一汽集中研发技术、质量保证、营销服务等多体系的优势资源，将“品质承载责任、技术创新优势、创新引领未来”的集团品牌内涵充分体现到红旗产品之中。

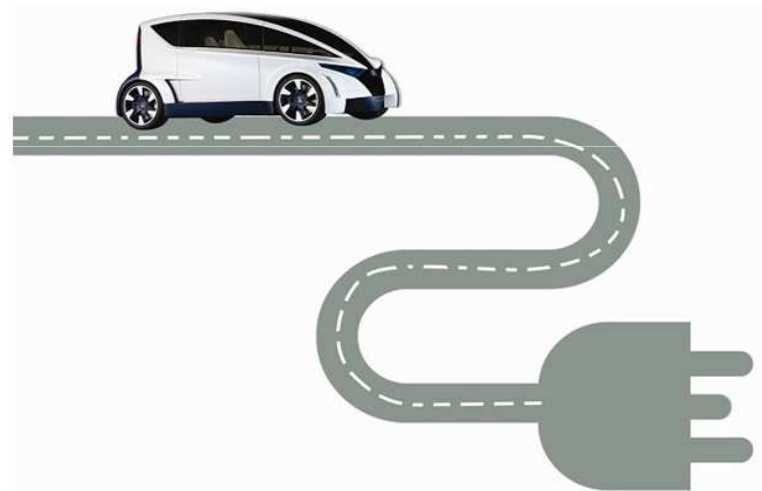
完整的发展规划为红旗提供了战略支撑。此次中国一汽为打造红旗精品投入了集团最优质的资源，项目团队达到1600人。项目启动以来，累计投入研发费用52亿元。开发了L、H两大系列红旗整车产品，形成了可覆盖C、D、E级高级轿车的发展基础。“十二五”期间，一汽将再投入105亿元，进一步提高红旗产品的研发能力，丰富产品系列。未来五年，红旗将再投放两款SUV、一款商务车和一款中型礼宾客车，不断满足用户对红旗高端车的需求。

关键的核心技术保证了红旗的领先优势。拥有核心技术和完全自主知识产权是此次红旗品牌发布最受人关注的焦点之一。红旗品牌的“完全自主”主要体现在：从概念设计到工程设计全过程的自主开发，拥有全套数据文件和经验积累，拥有完全自主知识产权。红旗在核心技术方面，拥有自主的V12、V8、V6和四缸增压系列发动机，以及全新开发的底盘系统、电子电气、网络平台、车身与内外饰等。并在工艺技术等方面具有独到优势，达到国际先进水平。

相信在中国一汽六十年的造车经验、强大的品牌背书、长年的技术储备，以及为做好红旗，举集团之力几十年如一日的拼搏精神保障下，引领自主高端的这面红旗，必将再展辉煌！

（来源：中国第一汽车集团公司，4月23日）

[回到目录>>](#)



## 【热点追踪】

- 上汽自主战略立体布局 抢占新能源制高点
- 车企打响二三线市场争夺战 角力品牌溢价
- 车企大推汽车延保服务 市场激烈竞争产物

## 上汽自主战略立体布局 抢占新能源制高点

在国内汽车集团中整车销量率先迈上400万辆新台阶后，上汽集团通过集合全球优势资源的新模式，一个多层次、立体化的自主格局已经初步成型。

在上汽的大自主规划中，“十二五”期间自主品牌乘用车销量将达到100万辆，而商用车品牌大通以及上汽通用五菱都扩充了自主及本土研发的阵营。上汽执行副总裁、上海汽车乘用车公司总经理陈志鑫表示，打造体系核心竞争能力和提升自主品牌的品牌形象对上汽未来五年至关重要，上汽已经做好充分准备。

### 多层次产业布局

实际上，近年来上汽的主要企业战略几乎都围绕着自主创新展开。去年，荣威与MG陆续实现两款全新车型MG3和荣威W5上市，实现了对主流细分市场的全覆盖。今年MG5和荣威950先后投放市场，更是将荣威和MG在国内市场上的品牌形象进一步得到提升。

在上汽的自主布局中，以荣威、MG为核心的自主乘用车企业，已初步建成了上海主导，上海、南京和英国三地联动的自主开发体系，持续推动传统车型的五大平台、22个整车项目、13个动力总成项目的研发工作。而上汽技术中心正在对二期平面布局规划进行优化，总投资44亿元人民币的技术中心将于2013年竣工。

此外，除了自主乘用车外，上汽旗下上海大众的朗逸、上海通用的新赛欧成为合资品牌探索自主研发的代表，刚刚启动的“大通”品牌，则标志着上汽完成在商用车上的布局。

### 抢占新能源制高点

在上汽集团的自主战略中，新能源汽车无疑是抢占未来发展制高点的利器。按照上汽集团新能源“十二五”总体目标，上汽新能源汽车将达到国内新能源汽车20%的市场占有率。

为此，上汽集团提出了“自主创新、内外结合、两条腿走路”的发展思路。目前上汽攻坚电机、电控、电池“三电”瓶颈，已经初步构建起国内领先的三电核心技术研发和新能源汽车关键零部件体系。

上汽集团相关负责人告诉记者，节油率达到20%以上的荣威750混合动力轿车已实现量产上市，截至2012年1月实现销售逾300辆。今年，荣威E50纯电动轿车和550插电强混轿车都已试验结束，有望在今年亮相接受市场的检验。

### 海外战略启动

在国内市场发力的同时，上汽集团的海外战略也同步启动。按照“十二五”的目标，上汽集团计划2015年力争海外整车销量达到80万辆，而去年则是布点的重要年度。

作为肩负上汽集团自主品牌开拓海外市场重任的MG，在去年英国成功上市后，上海汽车以MG为平台的全球战略也进入到正式的实施阶段。

与此同时，上汽集团与通用汽车在印度成立的合资公司中，中方管理团队也已正式对公司进行日常运营管理，并计划于今年在印度市场开始销售首款五菱的产品。

在陈志鑫看来，下一个五年，上汽海外市场重心将有计划、分阶段地向海外市场溢出，培养提高国际经营能力，这也是上汽向跨国公司转变的重要一步。

（来源：北京商报，4月17日）

[回到目录>>](#)



## 车企打响二三线市场争夺战 角力品牌溢价

在以北京、上海为代表的一线城市汽车市场陷入一片低迷以后，二三线城市成为汽车企业保证销量增长的“新大陆”，与此前在一线城市以价格战为主的野蛮生长不同，企业在二三线城市的布局一开始就展开了“高举高打”的品牌战略。

“对于汽车企业而言，二三线市场，不仅仅是潜在销量增长的市场，更是树立品牌形象的重要根据地”，汽车行业分析人士向《每日经济新闻》记者表示。

### 布局二三线市场

西雅特在中国将拥有独立的经销商网络，首批经销商全部来自大众进口汽车经销商网络。西雅特品牌的发展规划将与中国城市的发展紧密相连。按照规划，2012年，西雅特SEAT将在西安、厦门、长沙等15个最具发展潜力的城市完成首批经销商布局。

“西雅特布局二三线市场的意图可以理解为，绕开品牌忠诚度相对较高的一线城市，通过高售价和欧美运动品牌的宣传，在二三线市场打造品牌形象”，知名品牌专家顾环宇接受《每日经济新闻》记者采访时表示。

这一“曲线救国”道路，对于众多新兴的合资自主品牌而言同样适用。近两年来，“合资自主品牌”作为汽车业内一个新兴的概念开始进入人们的视线。经历了2011年合资自主品牌的初步试水，今年或将成为合资自主全面布局的一年。

可以看出，随着国内一线城市汽车保有量不断趋于饱和，二三线城市已成为未来国内车市增长的重心。尽管受制于品牌市场认知度不高和销售渠道不健全，上市初期西雅特两款车型似乎未能展现出“黑马”实力，但业内人士认为，合资自主品牌抢占这些细分市场是早晚的事。

### 渠道扩张迎挑战

业内分析人士指出，二三线城市和大中型城市消费方式有很大的差异，对汽车市场是服务需求大于汽车购买需求，重在后市场，在大城市是这样的，在一些地区，厂家品牌更重要。

北辰亚运村汽车交易市场总经理迟亦枫告诉记者，二三线市场将成为主导，这就意味着汽车企业将顺应这种发展节奏，同时，不断调整未来的营销架构，以区域销售为主导，适应不同区域的实际市场情况。

根据记者了解，目前，一汽大众、一汽丰田、东风日产、广汽本田等越来越多的企业都在实行大区制，甚至宝马、奔驰和奥迪也都推行了区域营销。这改变了之前全国一盘棋的局面，根据不同的市场采取不同的营销手段，也加速了渠道下沉的步伐。。

（来源：每日经济新闻，4月20日）

[回到目录>>](#)

## 车企大推汽车延保服务 市场激烈竞争产物

随着汽车市场越来越成熟，厂家与商家为了吸引客户，推出的促销政策是多得不计其数。近年来，汽车企业推出延保的风头是越来越劲。

对于消费者来说，能加长延保的时间无疑是好事，但是，这种延保是不是免费的呢？是不是真的能为消费者节约用车成本呢？

### 车企大推汽车延保服务

所谓汽车延保，就是延长汽车的保修期，在原厂提供的保修期结束后，通过办理延保服务，继续享有原厂相同的保修服务。据了解，正常的汽车保修期大多为2年/6万公里，而推出延保后，不少厂家将保修年限延长至3年/10万公里、4年/10万公里。

记者也在寮步汽车城的众多品牌店里看到，他们均拿竞争对手的车型与自己的车型在价格上、性能上、保修期限上做比较。而销售员在介绍车型的同时，也会特地提出买他们的车，只要再加多少许的钱，就可以免费保修更长的时间，这也意味着消费者在购买车辆后，十年内如果汽车的重要部分出现问题，都不需要自己掏钱来做维修。

汽车专业人士尹宏灯表示，按照目前我国汽车报废法规规定，乘用车的报废标准是15年或50万公里，这与厂家普遍所提供的2年或6万公里的保修期限相距甚远。消费者在购车时，可以选择用比较低的价格，按需延长车辆的保修期，最长可至4年或10万公里，几乎将车辆保修的时间延长了一倍。

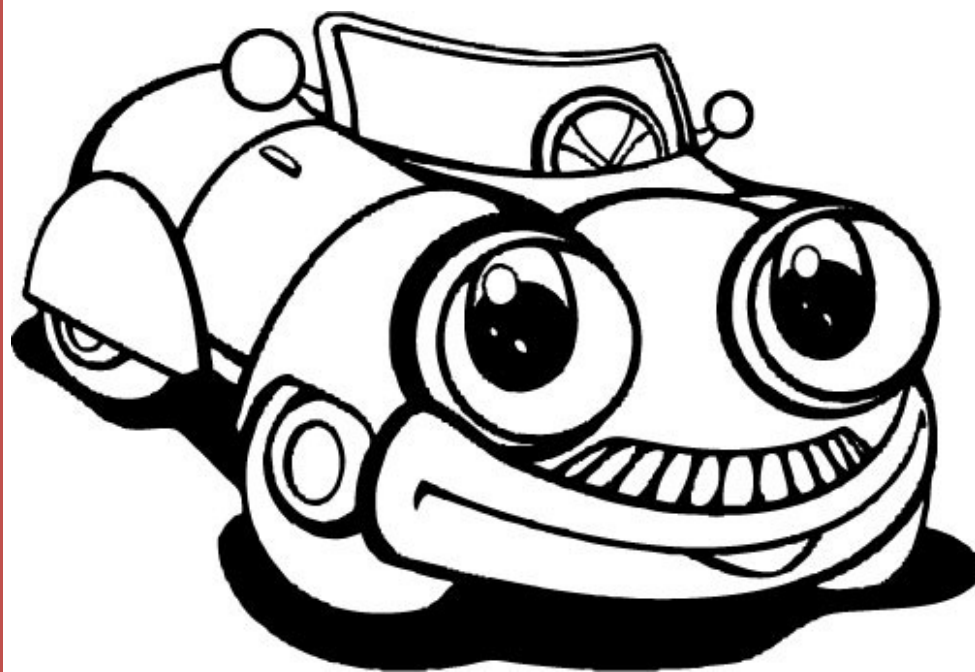
尹宏灯称，延保的出现和激烈的市场竞争是分不开的，也可以说是大势所趋。国家尽管暂未出台汽车三包政策，但车企必须在这段空隙的时间内，不断地提升自身的实力、提升产品的质量、提升用户口碑来赢得一席之地；否则必然会被市场淘汰，优胜劣汰本身就是一种市场规律。

广汽丰田华美店市场部经理黄韬认为，选择延保的消费者目前还不多，第一个是延保不是免费的，是商业险，需要消费者支付费用。第二个厂家推出的延保大多数也是没有进行有力度的宣传，多数消费者不了解。

而对于延保的推出，是不是车企的突围之道，网上车市东莞区域负责人黎东宁表示不认同。对消费者来说，能延长保修对车主来说当然最好不过，可是也要付出数千元的成本，如要收费，延保对车主来说并不是十分有吸引力，若作为赠送的促销手段，吸引力将大大增加。

（来源：广州日报，4月24日）

[回到目录>>](#)



## 【国内动态】

- 2012中国汽车产业发展论坛将于8月揭幕
- 上汽通用五菱：打破产能瓶颈
- 上汽集团：再造“商用”板块

## 2012中国汽车产业发展论坛将于8月揭幕

2012年4月18日, "2012中国汽车产业发展(泰达)国际论坛"新闻发布会在北京新闻大厦召开。中国汽车技术研究中心主任赵航在新闻发布会上宣布: "2012中国汽车产业发展(泰达)国际论坛"将于2012年8月31日~9月2日在天津经济技术开发区隆重举行, 年度主题为"经济转型与汽车产业变革"。

中国汽车产业发展(泰达)国际论坛由中国汽车技术研究中心、中国汽车工程学会、中国汽车工业协会、中国汽车报社和天津经济技术开发区管委会联合主办, 今年即将举办第八届。中国汽车技术研究中心主任赵航、中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬、中国汽车工程学会常务副秘书长张进华、中国汽车报社总编辑李春雷、天津经济技术开发区管委会副主任艾亚民等领导参加了新闻发布会。

在新闻发布会上, 中国汽车技术研究中心主任赵航介绍了"2012中国汽车产业发展(泰达)国际论坛"的基本情况。在三天的会期里, 政府领导、企业高层、专家学者将通过全体会议、头脑风暴、互动研讨、圆桌会议等多种方式围绕"经济转型与汽车产业变革"这一年度主题展开交流与研讨。

在会议内容上, "2012中国汽车产业发展(泰达)国际论坛"主要包含以下部分:

9月1日上午, 先后召开以"经济转型下的产业政策导向"和"汽车产业的战略转型"为主题的两场全体会议。汽车产业的发展受到宏观经济调控和产业政策的约束与指引, 政府领导将就汽车产业发展趋势与政策导向带来最新的权威信息; 汽车企业是产业战略转型的实施主体, 国内外大型汽车企业集团领袖将在论坛上分享各自企业集团的实践经验、转型方向与战略举措等。

9月1日下午, 安排了两场头脑风暴会议和两场互动研讨会议。两场头脑风暴会议的主题分别为"汇率变化与产业发展的机遇和挑战"、"汽车消费新趋势"; 两场互动研讨会议的主题分别为"自主品牌的壮大之路"、"市场转型与产品结构调整"。今年论坛的这四场专题会议将更加突出互动交流的方式, 对鲜明的主题进行多角度的充分研讨。

9月2日上午, 先后召开以"汽车产业的绿色革命"、"节能减排的实现路径"为主题的两场全体会议。随着工业化、城镇化进程的加快和消费结构的升级, 能源需求持续增长, 资源环境约束日趋强化, 节能减排形势更加严峻, 面临的节能减排任务非常艰巨。因此, 政府领导和企业高层将探讨汽车产业的绿色化前景与相关政策, 以及多种实现节能减排的具体路径。

同时, 在论坛期间, 针对企业高层共同关注的热点话题, 将举办三场VIP圆桌会议, 主题分别为: "经济转型对汽车产业发展的影响"、"汽车产业变革的方向"、"新能源汽车产业化发展的条件"。

论坛主办方表示, "2012中国汽车产业发展(泰达)国际论坛"已经进入紧张组织实施阶段, 将以周密详实的规划、高效有序的工作、细心周到的服务圆满完成论坛的各项工作。使本届论坛进一步发挥行业风向标作用, 有效促进政府、行业和企业间的对话与合作, 推动中国汽车产业可持续发展。

(来源: 搜狐汽车, 4月21日)

[回到目录>>](#)

## 上汽通用五菱：打破产能瓶颈

面临产能困境的上汽通用五菱正在积极“向外拓展”。

在启动柳州西部工厂建设的同时，它还正在谋划异地投资建厂。日前，来自上汽通用五菱的内部消息称，其正在启动第三工厂的建设规划项目。而据《中国经营报》记者获得的消息：目前重庆和武汉等区域正在开出“优惠条件”吸引上汽通用五菱落户。

这实际上也是上汽通用五菱继2011年6月启动青岛基地扩建项目之后，正式对第三工厂项目的规划。

在微车持续保持销量冠军，新规划的宝骏轿车品牌初战告捷之后，上汽通用五菱的产能开始面临“捉襟见肘”。

而新工厂扩建也成为其未来发展迎来转机的关键。

虽然与大多数企业一样面临微车市场整体下滑10%的局面下，上汽通用五菱还是交出了一份让外界满意的答卷：2011年上汽通用五菱销售130万辆，同比增长5.3%。“宝骏首战告捷后，自动挡宝骏车型已于2012年4月份上市。”上述上汽通用五菱内部人士表示。其在2011年上市前期的三个月内就已经顺利完成2.1万辆的销量，而在2012年的前三个月单月销量已经逼近1万辆大关。

但面对2012年不确定的市场，上汽通用五菱仍然面临不小的挑战。春节前夕，沈阳在给全体员工的《2012年总经理新春寄语》叮嘱：每一位员工、每一位工程师、每一位经理都必须深入现场，用心倾听客户(包括内外客户)的声音，真正了解客户的真实需求，并将客户的需求转化成他们想要的产品、服务和支持。

(来源：中国经营报，4月24日)

## 上汽集团：再造“商用”板块

记者独家获悉，上汽集团目前与陕西省方面的合作，已经锁定商用车项目。但能否“轻重”并举，尚需看陕西省决策层如何对陕重汽发展后期的定位以及股权让渡等多个方面。

目前，上汽集团三大商用车整车基地分别是位于重庆的上汽依维柯红岩、位于南京的南京依维柯及位于无锡的上汽LDV欧系轻客基地。

“我们希望陕西能够成为上汽商用车的第四整车基地。”前述陕西省方面官员透露，新的厂址选址工作目前已启动，大致在西安市或周边区域，但这一信号会否得到上汽集团积极响应，尚无法得知。

**公司历史：** 上海汽车工业(集团)总公司成立于1978年

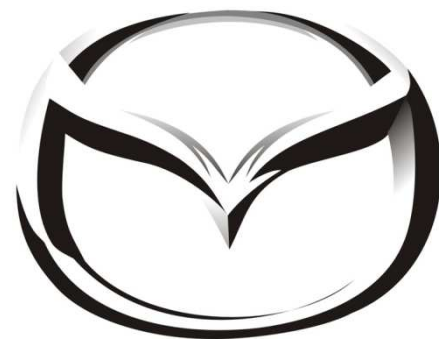
**下潜力度：** ★★★★★

**最佳战绩：** 除在上海当地发展外，上汽集团在柳州、重庆、烟台、沈阳乃至新疆伊犁等地建立了自己的生产基地。

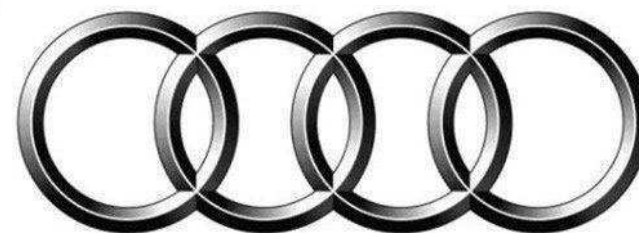
**未来挑战：** 错失发展良机，能否“轻重”并举尚需观察。

(来源：中国经营报，4月24日)

[回到目录>>](#)



**CITROËN**  
**东风雪铁龙**



**Audi**

#### 【国际视野】

- 劳斯莱斯旗舰再加长 全新幻影加长版全球首发
- 美国政府重金押注 电动汽车无线充电技术
- 通用汽车实验室爆炸 损失或达500万美元
- 丰田在澳大利亚遭起诉 涉嫌违规解雇员工

### 劳斯莱斯旗舰再加长 全新幻影加长版全球首发

今天，劳斯莱斯汽车携全球首发车型幻影系列II之幻影加长版亮相2012北京国际汽车展览会。幻影加长版因其完美诠释了劳斯莱斯汽车的极致品质更加深受中国客户青睐。大中国地区2011年成为劳斯莱斯汽车全球第一大单一市场。继古思特加长版于去年上海国际车展全球首发，劳斯莱斯汽车再度携幻影加长版全球首发车型亮相于北京，成为劳斯莱斯汽车展台的焦点。

2012年3月，日内瓦车展首次发布幻影轿车、幻影软顶敞篷车、幻影双门轿跑车；此次北京车展上，幻影加长版的正式登陆完备了劳斯莱斯汽车幻影系列II家族。与此同时，劳斯莱斯汽车继续拓展中国市场，今年已经新增三家正式授权经销商展厅；预计2012年底前还有五家正式开业。

劳斯莱斯汽车有限公司首席执行官托斯顿·穆勒·乌特弗斯先生表示：“我很高兴能在中国向大家展示超豪华汽车业界的新基准——全新幻影加长版。它造型极致精美，不仅拥有轻松操控感，更富于剧场般的感染力，任何奢侈品都无法企及。幻影加长版一直备受独具慧眼的中国客户高度青睐，对此我深感荣幸。我坚信，幻影系列II的全新升级将进一步巩固劳斯莱斯汽车在超豪华汽车领域的至尊地位。”

2003年1月1日，总部位于英国南部古德伍德的劳斯莱斯汽车推出幻影，幻影系列II在这款旗舰型车基础上全面升级。与幻影系列II其他车型一样，幻影加长版在设计、传动系统和技术方面均有显著提高。

幻影系列II引人注目的全新前脸设计折射出源于产品内部深层次的更新，包括重新设计的保险杠和装配有全LED灯组的矩形大灯。标配的全LED大灯发出独特白亮的灯光，根据道路方向和不同的驾驶条件，自动调整光束形状和方向。

幻影应为驾乘者带来全方位轻松自如的体验。幻影系列II推出了新型驾驶辅助功能和极具现代风格的用户界面，多媒体控制系统也经过重新设计。新卫星导航系统功能全面升级，其中包括可显示地势的3D地图与导游功能，同时也进一步强化了兴趣点搜索与复合路线规划的功能。

新增加的8速自动变速箱和后差速器进一步提升了劳斯莱斯汽车原有的卓越动力，与V12直喷发动机成为完美互补。混合路况下，幻影加长版的油耗可降低10%，二氧化碳排放量也从387克/公里下降到349克/公里。

每一辆劳斯莱斯幻影从设计、制造，再到手工工艺，都需经过60双手、450余小时的精心打造。位于古德伍德的劳斯莱斯汽车有限公司拥有包括在木饰和真皮车间工作的手工技师在内的约1000名员工，他们生产着世界上最好的汽车。而只有在油漆车间，劳斯莱斯汽车配备了两个机器人进行完工前严格的质量检查。唯有精心挑选的世界上最好的材料才能将劳斯莱斯汽车的美诠释得淋漓尽致。

此外，劳斯莱斯汽车还为本届车展特别准备了一款高度定制的全感官古思特（“Ghost Six Senses”）概念车型。这辆独特的车型，体现了劳斯莱斯汽车丰富的造车经验，这些经验已经成为准则融入到所有劳斯莱斯幻影或者古思特车型身上，而现在将把这些经验升华到新的全感官体验。

（来源：人民网，4月24日）

[回到目录>>](#)

### 美国政府重金押注 电动汽车无线充电技术

据外电报道，美国能源部将拨款1200万美元联邦资金，资助专门从事电动汽车无线充电系统研发的公司。根据这项资助方案，无线充电计划最高个人单项奖金为800万美元，该计划将优先考虑向推动轻型电动汽车的静态和拟动态无线充电技术发展提供资金支持。美国能源部的资助计划旨在证明，无线充电技术的成本竞争力和符合当前的安全标准。

美国能源部发布公告称，“无线充电技术应用具备显著增长的潜能，电动汽车充电便捷性将随之提高，电池体积也可随之变小，从而减少车辆重量，延长电力驱动里程并带来经济效益。短期内，静态无线充电技术有望应用于泊车自动充电。从中期看，拟动态无线充电技术可望在车辆挂挡停车时提供电力，比如在红灯停车时为电动汽车充电。从长期来说，动态无线充电可以为电动汽车在行驶途中进行充电。”

无线充电技术源于无线电力输送技术，利用磁共振在充电器与设备之间的空气中传输电荷，线圈和电容器则在充电器与设备之间形成共振，实现电能高效传输的技术。当今，世界各国都在争先恐后的研发无线充电技术。作为电动汽车快速充电设备的技术难题还有很多，其中之一就是如何利用无线充电技术来实现电动汽车日益增长的需要。

（来源：慧聪网，4月16日）

### 通用汽车实验室爆炸 损失或达500万美元

搜狐汽车4月20日消息据《底特律新闻》网报道，根据一份警方报告，通用汽车公司高管称，上周在密歇根州沃伦市技术中心的实验室电池测试爆炸事故造成的损失可能高达500万美元。爆炸中受伤的一名员工本周二还在住院。

一份来自沃伦消防部门的报告显示，上周三的爆炸事故估计造成300万美元的损失，其中包括100万美元的财产损失。沃伦消防专员斯克普-麦克亚当斯（Skip McAdams）本周二表示，他估计损失为300—500万美元。一份完整的火灾事故调查报告完成后，这个数据可能会改变。

通用汽车上周表示，实验室中一套锂离子电池组做极限测试时突然爆炸，爆炸起火后造成小范围火灾。当时现场共有5人，均在事发后接受了体检，其中伤势较重一人被送往医院，另外一人负轻伤。警方的报告说，爆炸造成巨大的损坏，炸开钢门，损毁窗户，并且至少有两个实验室被损坏。

据悉，通用汽车在2009年设立电池实验室，并在2010年将电池实验室的规模扩大了一倍。该公司利用实验室测试当前和未来的电池技术。

（来源：搜狐汽车，4月20日）

[回到目录>>](#)



### 丰田在澳大利亚遭起诉 涉嫌违规解雇员工

搜狐汽车4月24日消息 据澳大利亚ABC网站报道，被丰田公司解雇的多名员工向联邦法院提起诉讼，要求恢复原职。

被丰田公司解雇的12名员工来自墨尔本，他们聘请了莫里斯-布莱克本（Maurice Blackburn）律师事务所的律师为其开展诉讼。这12名员工称自己是工会代表以及健康和安全人员，因此受到了公司的歧视对待。

产业律师乔希-伯恩斯坦（Josh Bornstein）称，律师们有信心能够证明这些员工在公司遭遇了有针对性地非法对待。他还表示，丰田公司在裁员程序上的做法很让人厌恶。

这12名员工在起诉书上表示，阿尔托纳（Altona）工厂有三分之一的工会员工被解职，但是工会代表被解职的比例要明显高于上述比例。

该案件将于周四开庭审理。一位名叫比尔-肖顿（Bill Shorten）的负责劳资关系的澳大利亚官员说，公司有权裁员，但裁员的方法有正确的，也有错误的。如果有人发明了一个自认为科学的程序，但所有受它影响的人都不明就里，那么这就不是一个正确待人的方式。

与此同时，数十人聚集在阿尔托纳（Altona）工厂，他们代表被解职的员工举行抗议活动。

来自澳洲制造业工人工会（AMWU）的组织者在丰田的标志上覆盖了一面大旗，写着“羞耻丰田”（Shame Toyota）的字样。

（来源：人民网，4月24日）

[回到目录>>](#)



## 【调研与数据】

- 能源汽车规划落地 VC看好正极材料企业
- 东风雪铁龙：深度营销中国
- 中国汽车业合资30年 自主品牌“被劫持”

### 新能源汽车规划落地 VC看好正极材料企业

到2015年，纯电动汽车和插电式混合动力汽车累计产销量达到50万辆，2020年时超过500万辆。昨日，国务院常务会议讨论通过《节能与新能源汽车产业发展规划（2012-2020年）》，明确提出我国将通过财税金融政策扶持、开展私人购买新能源汽车补贴试点等方式鼓励新能源汽车发展。

规划提出，到2020年，我国新能源汽车、动力电池及关键零部件技术整体上达到国际先进水平，并将提高汽车燃料经济性水平和动力电池系统安全性、可靠性、轻量化水平。我国还将通过金融财税政策扶持措施来促进新能源汽车发展，并将开展私人购买新能源汽车补贴试点。此前，我国一些城市已经致力于推广新能源汽车。以北京市为例，到今年底时，北京市公共服务领域的新能源汽车总量将达到5000辆，其中新增数量近1500辆，在政府用公车领域也将考虑采用新能源汽车。而在上海等一些城市，私人购买新能源汽车可以享受财政补贴。

“在节能减排的大趋势下，推广新能源汽车能降低污染，如果到2015年，纯电动和插电式混合动力汽车销量达50万辆，将直接提高新能源汽车占整个汽车市场的比重。”汽车行业分析师贾新光分析表示。

尽管推广新能源汽车是一种趋势，但就全球来看，目前新能源汽车的技术并不成熟，包含充电桩和充电站的配套设施建设也不完善，其中基础设施的选址是目前制约新能源汽车推广过程中最大的难题，既有选址的问题，也有跟市场需求匹配的问题。

贾新光同时指出，目前普通汽车的停车都存在难题，新能源汽车的充电桩建设也会占据一定面积，所以如何配套建设新能源汽车的充电桩是很多城市同时面临的问题。为此，昨日通过的《节能与新能源汽车产业发展规划（2012-2020年）》也表示，将因地制宜建设慢速充电桩和公共快速充换电设施，制定动力电池回收利用管理办法，建立动力电池梯级利用和回收管理体系。

（来源：重庆晚报，4月18日）

[回到目录>>](#)

### 东风雪铁龙：深度营销中国

“今年，东风雪铁龙预计在地级城市的经销商覆盖率达到78%，在500多个县级城市的经销商覆盖率达到79%。其中，西部地区是我们的重要市场。”东风雪铁龙商务部总经理魏文清告诉《中国经营报》记者，加速在西部地区、县级城市的网络渠道建设，是东风雪铁龙今年的重要计划之一。

在众多车企都将西部地区作为一个新兴的市场增长点后，为了避免未来西部一线城市出现市场竞争过于激烈的问题，东风雪铁龙正试图在更细一级的地、县级市场中寻求突破。

#### 2S+A模式

2S指的是配件+维修，A指的是销售。鉴于经销商渠道下探有很大的资金压力和风险，这种模式是东风雪铁龙对三四线市场的一种变通经营思路。“2S+A”模式可以方便经销商、配件维修服务商大规模的进行联合行动。

2011年，东风雪铁龙开始重点拓展一批二三线城市的经销商，那一年他们在全国增加了近80家店面。其中，位于中西部地区的销售网点不在少数。例如在陕西的渭南、昆明的呈贡等地区都分别设立了销售店面。事实上，在西部一些城市，其汽车保有量已经接近东部的发达城市。例如成都等。

根据J.D.Power发布的数据显示，2006年，成都的机动车保有量已经突破160万辆，在全国城市中排名第三，仅次于北京和上海之后。知名汽车分析师张志勇表示：“像成都这样的西部主要城市，目前汽车消费能力普遍较高，是各大汽车厂家奋力争抢的市场，这些西部城市的市场事实上已经较为拥挤了。对东风雪铁龙来说，适时的选择将网络渠道下沉，加强铺设西部二三线，甚至五六线城市的销售网络，应该是不错的选择。”据了解，东风雪铁龙此前在西部地区分为西北、西南两个大区，并早于2001年就在成都开设了第一家4S店，但随后其扩充的4S店都集中在西部的一些主流城市，从未涉及三四线及以下市场。

随着全国主要一线城市的汽车保有量逐渐接近饱和，近几年各大车企纷纷开始将网络渠道下沉，二三线城市的竞争度也在不断热化，为此东风雪铁龙决定继续下行。2010年底，东风雪铁龙为了弥补此前在三四线市场上4S店的空白，第一次在成都的都江堰开设了4S店，并计划未来将四川地区的4S店扩至24家。除了在数量上拓展网络渠道外，在店面的运作模式上，东风雪铁龙也在探索一种专门针对三四线市场的新型方式。据魏文清介绍：“2S+A模式就是东风雪铁龙对二三线市场营销模式的一次探索。2S指的是配件+维修，A指的是销售。鉴于经销商渠道下探有很大的资金压力和风险，这种模式就是我们对三四线市场的一种变通经营思路。”这种“2S+A”模式可以使经销商、配件维修服务商大规模的进行联合行动。

（来源：中国经营报，4月24日）

[回到目录>>](#)

# 中国汽车业合资30年 自主品牌“被劫持”

说起来，中国汽车业搞合资到现在，已经有接近30年历史了，看似弹指一挥，却不知这30年沉浮岁月，老了多少人心。

发展到今天，中国汽车市场已经由过去的看似良性转为如今的不同步增长——自主品牌全面低迷，2011年的市场份额锐降3%，直接跌回了两年前的水平。

与自主品牌全面低迷形成对比的是外资品牌仍在高歌猛进：上海通用、上海大众和一汽-大众先后在2011年突破年产100万辆的重要关口，上述三个品牌年度增长均在20%以上，并且仍有多款车型处于供不应求的局面。而市场地位的提升，自然会促成外方对合资企业控制权、利润分配权乃至股权的争夺。例如几个月前一汽-大众传出新的股权分配方案中，中方所持股份将由60%降至51%，奥迪拿到了中方让出的那9%。尽管中方仍然掌握绝对多数的股权，但面对大众方面对产品研发、关键零部件以及管理流程等核心技术的垄断，中方仍然处于弱势地位，因此“割让”股权也是维护双赢这一大局的无奈之举。

最为糟糕的是，中方话语权的弱势地位并非仅仅源自技术能力的落后，很大程度上也出自于当年合资模式的设计瑕疵。例如，政府规定每家外资车企同类车型可以在中国设立两家合资公司，但国内汽车产业的整合进程未能及时推进。这就造成同一外资品牌两家合资公司的内部竞争，这种竞争从本质上看，其实是外资企业的坐收渔利和内资车企的相互拆台。例如：大众集团在中国先后设立了上海大众和一汽-大众两家合资公司，上汽集团和一汽集团作为两家中方的车企只有竞争冲动没有合作动力。在这种情况下，大众便可利用品牌、技术等垄断资源，在两家合资公司的谈判中左右逢源。

要改变这种局面就要协调中方汽车集团之间的利益，减少内部竞争。然而这又谈何容易？毕竟除了国有这一相同背景之外，国内各大汽车集团之间已经形成接近市场化的竞争局面。可以说，由于模式设计的失败，中方不仅没有换到技术，更是将市场拱手相让。因为外资企业显然不会轻易将最为核心的技术，尤其是产品研发体系和管理流程拱手相让。中方无法在合资公司中获取真正的顶尖技术，而所谓的合资自主更是“为了自主而自主”所推出的政绩工程而已。也许不久之后，这些合资自主更加有可能成为合资品牌向低端市场绞杀自主品牌的利器。

也就是说，不对等的谈判筹码，再加上糟糕的模式设计，从一开始就注定了中国汽车企业的被动局面。与汽车行业不同的是，高铁技术在引进过程中只有一个对外谈判主体，在这种情况下，巨大的市场潜力便成为了中方在多家外方企业之间斡旋最有价值的筹码。虽然高铁项目遇到挫折，但相比汽车行业而言，铁道部已经掌握了核心技术，并能够将其转化为全球最大的高铁网络。这是汽车行业至今仍然可望而不可即的。

对于外资汽车企业进入市场，中国政府历来持欢迎态度，这种态度充斥了整个行业。也许欢迎外资来中国合资生产汽车本身并不是错误，但是面对外资的强势技术水平，中方却显得予取予求，要什么给什么，软弱无力，毫无自主自强的精神。配合外资企业搞好汽车生产，这谁都能做到，但是要从强势外资方的手里拿到技术含量高一点儿的资料，简直比登天还难。

（来源：新京报，4月09日）

[回到目录>>](#)



## 【双周声音】

- 毛海：2015中国汽车以价格优势参与国际竞争
- Raze11i：希望成为中国汽车成长市场一部分
- 戈恩：花都能保证英菲尼迪国产质量

## 毛海:2015中国汽车以价格优势参与国际竞争

2001年12月，中国加入WTO。入世十年，中国汽车工业取得了令人瞩目的发展，汽车产销量位居世界第一。为总结入世十年来的发展成就，展望未来十年中国汽车工业，“2012中国汽车论坛”于4月20日至21日在北京召开。20日，北京汽车股份有限公司毛海副总裁在现场进行了题为“中国汽车海外发展战略研究”的演讲：

现在我们就进行中国汽车产业国际竞争力的分析，我们认为中国汽车产业的优势是低成本的价格优势，第二个是资金优势，第三个是中国市场将成为世界汽车产业的重心，将带来学习的机会，第四个以载货车为代表的商用车技术相对成熟，与国际先进水平差距较小。我们的劣势是缺乏技术优势，海外技术壁垒比较高。第二个是品牌形象低，服务质量不高，第三个是缺乏管理经验，特别缺乏国际贸易的经验。第四个文化冲突严重，另外企业规模较小，最后是分销模式落后，出口成本比较高。

我们存在的机会是领先者将发展重点放在中高端市场，第二个国际汽车市场竞争加剧给我们带来了收购机会，第三是中国经济崛起所带来的影响对海外发展具有一定的积极作用。存在的风险是领先者优势对我们造成挤压，第二个其他新兴国家同类产品的竞争，第三个是欧美国家逼迫人民币升值，将会使我们失去价值优势，最后，发展中国家利用非关税壁垒组织我们的进入。

这是2011年中国汽车企业出口情况。去年我们整个总体出口的规模是81.43万辆，同比增长49.45%，商用车出口33.82万辆，乘用车47.61万辆，乘用车的比例占到59%，商用车41%，这也是这几年商用车的比例逐渐提高，超过了商用车出口的比例，另外出口的企业是以自主品牌为主，参与出口的贸易型企业迅猛增加，第四个出口区域呈现多元化，从传统西亚北非向东欧中南美，中南非，东亚、西欧、北美发展。

那么中国汽车要实现海外的发展，有四种模式，第一种模式就是贸易模式，他表现就是出口和KD组装，他的优点是风险小，税收可以留在国内，缺点是没有长期的利益，难以形成规模。

第二种模式就是投资方式，在当地直接投资建厂，实现全球化的采购，优点是易于开发当地市场，利于品牌在当地推广，缺点是风险比较高，面临比如管理、文化冲突，社会风险等等。

第三种模式就是联盟方式，合作开发的模式，可以利用合作方的品牌的影响进行国外市场的开拓，缺点就是不利于自身品牌的推广。这里面的典型就是上汽和通用联合开发，通用50，进入到印度、巴西这样的市场，福田与奔驰，重卡的合作，使福田汽车能在奔驰全球网络进行销售。

最后一种方式就是并购方式，技术的收购，企业的收购，这样的优点是技术升级比较快，迅速形成规模缺点资金需求大，整合难度大。典型例子吉利收购沃尔沃。

我们研究过程中也提出了我们的战略措施和发展策略，首先是海外发展的战略性思考，中国汽车产业国际化是完成汽车产业价值链国际化包括研发制造管理销售品牌，售后服务等环节，不是简单的产品销售。成功的国际化是汽车强国的标志，企业应该按照跨国公司的标准来发展和完善自己，进一步加强国际合作，尽可能在短的时间内，完成国际化，国内大型汽车集团，应该以此为发展的战略。成功国际化的要求和思路，一个是坚持低成本的竞争优势，从低端向高端发展，第二个是坚持超前国际化的创新思维，第三个成功的国际化将要求对企业现存的价值结构进行变革，第四个是坚持外部知识获取，内部积累相结合，最后配置使用的发展战略，迎合跨国公司新的发展趋势。

（来源：重庆晚报，4月06日）

[回到目录>>](#)

### Razelli：希望成为中国汽车成长市场一部分

2012北京国际车展在4月23日开幕，新浪汽车派出强大阵容报道本届车展，我们邀请了各汽车集团领袖、企业高管及业内知名人士做客新浪汽车北京车展直播间，就企业战略、行业话题、热点车型、车展现场等网友感兴趣的话题做出深度解读。

Razelli提到：“马瑞利公司是1996年进入中国的，有很多合作、合资的项目，其实包括在广州的是汽车电子系统的合作企业，在动力总成，还有在芜湖的照明系统，还有在上海的工程研究中心。除此之外，我们还有其它的跟上汽的合作，跟广汽，还有最近建立的是长春富迪等等。我们投资是非常大的，在中国的合资企业加在一起，总的员工达到2千多。我们希望能够成为中国汽车成长市场的一部分，来应对汽车市场的各种挑战。”

他还提到：“现有的合作伙伴有上汽，这主要是生产手自一体变速箱，还有双离合。除此之外，还有其它一些，像万象、富迪，都是生产零部件，同时我们还有百分之百前自主的生产厂家，还有潜在的合作伙伴，正在谈的，马上可能也要达成合作。总的来讲，我们在中国消费已经达到了2亿欧元，这是除了合资企业的产值销售以外的收入。我们预计今后的2、3年之内，将这个数字翻3倍，我们公司的文化是比较开放的企业文化，愿意去合作，我们是一种愿意为中国的汽车行业提供新技术，我们希望我们这种新技术和产品，首先是一种节能环保的，第二个是智能的，第三个是能让中国的消费者，可以买得起的东西。”

（来源：新浪汽车，4月24日）

### 戈恩：花都能保证英菲尼迪国产质量

戈恩说，中国市场不是一座山，中国俗语说，一山不容二虎，而中国市场是大森林，可以有很多虎共存，英菲尼迪、雷诺进入中国，一定会做好协调共处。因为这在日产的其他市场也已经做到了。

戈恩举例说，日产、雷诺品牌都双双进入了巴西、俄罗斯、印度等这些国家，在这些国家，两大品牌并存发展，非常成功。

去年，东风日产在中国合资企业中，是增长最快者之一，恍然而下行的中国车市，打击了很多跨国公司和自主品牌，尤其是日系其他品牌，尝尽涩味，而日产显然尝到的是甜味，这刺激着日产人的神经，提高了信心，因此，推进两大品牌国产，可谓顺势而为。

其实正如此前东风总经理朱福寿向笔者所谈，在10年前日产和东风谈合资起始，就已经考虑到了雷诺国产项目，日产品牌是第一阶段，雷诺国产其实是新的合作阶段的到来。

戈恩希望中国乘用车市场保持6-10%的增长，才可能实现持续，而他预测今年中国乘用车增速则在5-6%之间。即使这样，戈恩还是看到了中国人口众多、保有量低市场潜力的巨大，顺势推进两大项目国产。

（来源：新浪汽车，4月24日）

[回到目录>>](#)



## 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](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](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