

好中求快发展汽车工业

再议『十一五』主要量化指标

《中国汽车工业“十一五”发展规划》正式出炉已数月,其主要量化指标,有些被常人看来不高或很低不高,而有些指标要实现则需花大力气。

先说被常人看来不高或很不着的指标。

汽车产销量900万辆指标不高。因为“十五”末的2005年产销量已经570多万辆了,今年有望实现850万辆左右。如是,900万辆目标可提前2年半时间完成。

2005年汽车保有量3160万辆。剔除三轮汽车和低速货车,则2006年的汽车保有量为3586万辆。照目前保有量的增长幅度,到2010年末,完全能如期达到5500万辆目标。

汽车化水平2010年40辆/千人。按2010年5500万辆汽车保有量水平,人口在13亿基础上略增,40辆/千人基本能做到。

必须花大力气才能实现的目标,主要反映在产品结构方面,调整和优化的任务十分繁重。

一是汽车保有量翻番,但燃油消耗非但不许翻番,而且燃油消耗增长不得超过50%。现在不少大中小企业都在搞燃料电池、纯电动和合成燃料等新能源汽车的研发,真正出成果并且商品化,时间很紧,难度不小。

二是自主品牌轿车国内市场占有率力争达到50%。自主品牌轿车国内市场占有率,2005年25%,2006年自主品牌轿车销售100.61万辆,占轿车销售总量的26.80%。有进步,但1年仅提升了1.8个百分点,还有4年时间,任务艰巨程度可想而知。

三是实现整车进出口数量与价值的平衡。2005年整车进口14.36万辆,用汇44.95亿美元;出口整车15.56万辆,创汇14.19亿美元。2006年整车进口22.80万辆,用汇75.53亿美元;出口整车34.24万辆,创汇31.35亿美元。整车进出口数量与价值的不平衡,差距的关键是我们的出口产品档次低、附加值低、含金量低。

国家发改委预测我国“十一五”期间GDP增长尽可能控制在8%—9%,2006年我国GDP增长约11%,根据美国著名经济预测专家詹姆士·P·梅尔的观点,汽车市场需求增幅通常是该国GDP的1—1.5倍,那么我国“十一五”期间汽车市场需求增幅在12%左右,是完全正常的,与经济社会发展相协调。笔者以为,汽车工业“十一五”发展规划中的有些量化指标,突出了好中求快的发展思路,其主要依据是“十一五”计划,以及《汽车产业发展政策》。

至于“必须花大力气才能实现的那些量化指标”,关乎到我国汽车工业的核心竞争力,代表了我国汽车工业发展的重点,明确了我国汽车产品结构调整的方向。

特约撰稿 张伯顺

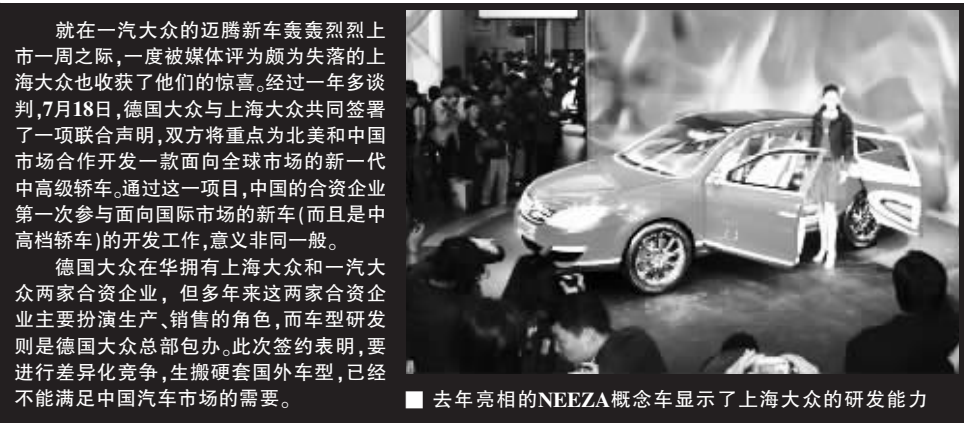
福特汽车扭亏为盈 二季度业绩同比大增

福特汽车公司日前公布了2007年第二季度财报,其总收入达442亿美元,净收入同比大幅提高,达7.5亿美元,而2006年同期却是净亏损3.17亿美元。

今年第二季度福特全球汽车业务税前利润为3.78亿美元,而去年同期为税前亏损7.16亿美元。第二季度汽车批售总量为177.3万台,去年同期为180.6万台;而第二季度全球汽车销售总收入从去年的378亿美元增加到401亿美元。第二季度来自沃尔沃、捷豹和路虎的税前利润是1.4亿美元,去年的同期亏损为1.62亿美元。三大品牌较去年同期均实现了业务增长。2007年上半年福特欧洲的销售增长近5%,而福特在中国的销售增长超过25%。

福特汽车公司总裁兼首席执行官艾伦·穆拉利表示,福特将继续专注进行业务重组以实现赢利,并加速开发消费者需要的产品,为振兴计划提供足够的资金并改善财务状况,实现福特全球更紧密有效的合作。

上海大众,告别纯“买车型”时代



■ 去年亮相的NEEZA概念车显示了上海大众的研发能力

■ 德国大众布局南北

毫无疑问,中国市场的吸引力,是德国大众打破延续了23年“传统”,允许上海大众开发新车的主要动力。而前几年在中国市场份额的急剧下滑,也使严谨得近乎死板的德国人最终在产品开发、价格定位等方面向市场屈服,而对南北大众的整合也变得更为顺应中国的现实。

此前,业界有评论说,一汽大众手握奥迪这块肥肉,又有迈腾断了帕萨特的后路,南北大众的未来发展颇有失衡之势。其实,一心要对南北大众进行整合的德国大众,早在六七年前就进行暗中运作,却一直未能如愿。一汽大众和上海大众这对同胞兄弟,多年来各自为政,互不相让。但日美车系狂飙猛进的进攻,早已使南北大众的巅峰对决成过眼云烟,反倒使双方有了默契行事,实现共同发展成为一个很现实的问题,甚至在价格策略上开始了相互亮底的“合作”。何况德国大众将车型分配这张“王牌”运用得很“漂亮”。

如今,大众把迈腾给了一汽大众,却把斯柯达品牌全系放在南方。近日有消息称,上海大众还获得了EA888系列发动机生产权。此次又与上海大众携手开发超越迈腾的全球车型,使得两家合资企业各自经营两个品牌,产品线高低错落,德国大众布局南北的用心可谓意味深长。

■ 研发能力步步提升

上海大众凭借一款桑塔纳独步天下多日,至今普桑仍是香火不断欲罢不能,被许多人诟病,认为是不思进取。这种说法恐怕有失偏颇。因为德国大众最终将上海纳入了其全球开发体系,绝非突发奇想。能够参与新车开发,得益于上海大众在研发方面的储备。

20多年后,且不说,除了外观普桑在内涵上与原型车早有天壤之别,1994年中德联合开发成功桑塔纳2000,已是小打小闹开了合资企业联合开发新车的先河。1999年,中德联合开发成功帕萨特加长版,2002年开始首次自主

开发桑塔纳3000。2003年开始帕萨特领驭和POLO劲情、劲取项目的开发,则集中展示了上海大众自主开发的能力;2006年,首款基于量产车的概念车NEEZA亮相北京车展,好评如潮。

这其中,帕萨特领驭和POLO劲情、劲取在市场上的接二连三大成功,不仅让上海大众一举扭转颓势,也让德国大众打消了疑虑。相信,没有领驭(B5)的成功,德国大众不敢贸然把B6(迈腾)交给一汽大众生产,而把更先进的全球车型的开发、生产重任交给上海大众。

幸运的是,上海大众在它最辉煌最有实力的时候,耗巨资打造了千余人的开发队伍,建成了国际一流的技术中心和国内唯一的轿车专用试车场,从而掌握了可持续发展的“核武器”。

■ 新车啥样引发猜想

首先,未来上海大众向市场推出的顶级车型应该会沿用“帕萨特”这个品牌,舍此实难想象。

其次,根据声明,双方重点为北美和中国市场合作开发的车型

欧宝赛飞利手自一体版上市

为了响应市场的需求,通用汽车日前正式向中国市场引进了赛飞利手/自一体版,该车型已在全国各经销商处有售,售价为人民币269000元。

自去年11月上市以来,欧宝赛飞利手动版车型凭借其世界首创的全景式玻璃车顶,灵活多变的“Flex 7”七巧空间座椅系统,高效节能的ECOTEC 1.8升发动机,IDS互动式驾控系统和原装进口德国品质赢得了市场和业界的好评。不过,对于一些消费者来说,没有自动挡一直是赛飞利的小小遗憾。

在原有车型的基础上,新款赛飞利配备了Easytronic五速手/自一体变速箱,兼具手动与自动两种换挡功能。赛飞利手/自一



体版还具有坡道起步辅助功能(HSA),可以有效防止车辆倒退。在坡道起步的时候,Easytronic五速手/自一体变速箱

可快速实现动力的接入,同时车辆的刹车系统也将自动延迟释放,这一过程可保证驾驶者有充裕的时间换挡起步。 吉姆

Jeep指南者9月登陆中国

近日,记者从克莱斯勒(中国)汽车销售有限公司获悉,Jeep家族最年轻的紧凑型SUV——Jeep指南者(Jeep Compass)将于今年9月正式登陆中国市场。作为Jeep品牌专为年轻一族精心打造的紧凑型SUV,Jeep指南者将作为主力军投入到中国紧凑型SUV细分市场的竞争中。

据介绍,Jeep指南者是Jeep家族中的“新新人类”,它表现的是“追求快乐,主导自己生活”的生活态度,其亮点在于将时尚精致汽车与纯粹越野性能完美地结合在一起。Jeep指南者在传统Jeep风格上进行现代



演绎的设计理念,同时也透露出Jeep品牌未来的发展趋势,即在保有Jeep品牌经典纯正血统的基础上,更多地关注不同层面消费者的需求。

Jeep指南者的推出,是Jeep

品牌的全新产品和全球产品攻势计划的一个组成部分,它不仅为Jeep老客户提供了一种全新选择,同时也将吸引那些传统Jeep购买者以外的全新消费者。

王英

基于德国大众新一代B级平台,而这个平台唯一可选的只有PQ46,也即目前迈腾所运用的平台。但既然是兴师动众联合开发的全球最新技术中高级车,上海大众“新帕萨特”必然会在许多方面实现超越,拉开差距。除了进一步提高电子化水平外,业内人士分析,应该在外观造型和车辆尺寸上有一些大动作,甚至在发动机配置上作些丰富。

比如,迈腾太过男性化、运动感的造型在“新帕萨特”可能会得到修正。而国产车如奥迪、宝马都采用的加长轴距的做法,对上海大众更不是新鲜事。比较有可能出现的最大亮点应该是加宽车身加大轮距。这在技术上的挑战非常大,但这种亮点也非常可能出现。车身略偏窄,是历代帕萨特的缺憾,而一款更宽更气派的帕萨特对美国和中国消费者同样很有吸引力!

对于上海大众的新车计划来说,“新帕萨特”尚显遥远,据悉要到2010年左右,桑塔纳的后续车型、自主研发的概念车NEEZA在明年投产上市同样令消费者关注。以现在上海大众高层的作派,既然能引进CrossPolo这样的另类时尚车型,未来再引进Tiguan这样的SUV车型也大有可能。

中国汽车合资企业离告别“买车型”时代为时尚远,但对上海大众来说,被市场证明领先一步而卓有成效的研发、创新能力,无疑将使他们今后在“买车型”时大大降低成本,甚至通过类似“联合开发”这样的手段,既强身健体又实现某种价值交换。汽车不是狼狗,纯种没有必要,这是为市场证明的道理。 张云

在经过了数年的高速发展之后,北京现代由于受到产能的限制,在新品、成本控制等方面提升空间有限,致使其在2007年的销量增长开始放缓。不过,由于其投资逾百亿元的第二工厂年底就可能进行试生产,北京现代将因此全面解决目前因为产能饱和导致的新品不足,成本控制乏力的现状,提升其综合实力,增强其产品竞争力,拥有再次起飞的平台。

据悉,北京现代第二工厂将具有齐全的五大制造工艺,能同时生产五个全新系列的产品,而且还具备强大的自主研发能力。据悉,北京现代第二工厂拥有同时生产3—5款车型的柔性生产线,是目前世界上最先进的汽车制造工厂之一,其第一阶段将达到年产20万辆的产能,第二阶段实现30万辆年产能。来自北京现代内部的消息表明,引入新款伊兰特和酷派的工作已经排上了日程表。作为第二工厂的重要组成部分,北京现代技术研发中心将针对中国汽车市场的需求开展本地化研发,从而使北京现代能够生产符合中国本地市场需求的车型。

此外,北京现代设计年产能力为20万辆的第二发动机厂已经进入测试生产阶段。2008年年底全部建成后,北京现代发动机的年产规模将达到50万台,可生产三种型号的发动机,覆盖1.4—2.7升多个排量。 刘朝晖

北京现代欲借第二工厂再起飞