

新闻热线:010—58884102

E-mail:jj0105@126.com

■主编 矫阳 责编 姜靖 李苹

# 日系豪车在华发展集体掉队

□ 钱瑜 蓝朝晖

## ■数字车市

### 8亿欧元

日前,东风汽车集团股份有限公司与法国政府、标致家族旗下控股公司及标致雪铁龙集团(PSA)正式签署谅解备忘录。根据谅解备忘录,东风汽车集团股份有限公司和法国政府有意分别注资约8亿欧元入股PSA,标致家族旗下控股公司也将参与增资。此交易完成后,东风、法国政府与标致家族旗下控股公司将成为PSA并列第一大股东,三方分别持股约14%。此举意味着中国车企首次战略性入股世界著名汽车企业。

### 700亿

北京市政府提出2014年全市交通行业预计完成固定资产投资700亿元,公共交通出行比例达到48%。据北京市交通委介绍,除了建设轨道交通,还将在西南三环建设快速通勤走廊,在四环路施划公交专用道,实现地面公交日均客流量达到1350万人次的目标。同时,加快建设充电站、充电桩,保障新能源汽车正常使用。制定城市道路自行车道、步道建设和环境整治3年计划,鼓励中心城区老旧小区挖潜建设停车设施,鼓励企事业单位停车位夜间开放,市区两级给予一定奖励。

### 20亿美元

日前,特斯拉发布财务数据称,按照美国通用会计准则GAAP,即不计入股权激励支出及其他一次性项目,特斯拉2013年营业收入为20.13496亿美元,对比2012年的4.13256亿美元,同比增长387.2%。特斯拉去年亏损额为7401.4万美元,2012年则为39621.3万美元,同比削减81.3%。而按照非GAAP准则,特斯拉去年实现利润10356.3万美元,2012年亏损34421.4万美元。去年特斯拉全球销量22477辆,仅第四季度就达到6892辆。

### 1356台

2014年1月,吉利汽车在乌克兰乘用车市场的新车终端上牌量达到1356台,以12.38%的市占率连续第二个月位列乌克兰乘用车市场榜首,刷新了去年12月11.11%的市占率记录。2013年乌克兰乘用车市场新车总上牌量为201566台,同比2012年下滑7.36%。然而在市场整体下滑的大背景下,吉利汽车在去年于乌克兰市场的表现不降反升,取得了全年终端上牌15084台,同比2012年上涨32.49%的好成绩,并以7.48%的市占率位居乌克兰所有乘用车品牌第三名,仅次于乌克兰本土品牌ZAZ和韩国现代。

### 229吨

近日,黄埔海关在珠江口水域对一艘来往港澳货柜船进行检查时,查获涉嫌走私0.4#柴油油(即俗称的“红油”)229吨,这是该关2014年查获的首宗红油走私案件。经检查发现,该船将统一安装于来往港澳货柜船小型船舶上用于监控其航行线路的GPS监控收发装置擅自拆除,并放置在临近河岸的某建筑物处继续发射接收信号,在监管系统中造成该船从未在11月份就已停泊在该处的假象,企图瞒天过海,掩盖其走私行为。该关表示,将继续加大对此类违法船舶走私行为的打击力度。

### 1600个

据海关总署网站消息,2月17日,杭州海关隶属萧山机场海关在一票申报品名为“纺织配件”的出口快件中,查获涉嫌侵犯“Mercedes-Benz”(梅赛德斯-奔驰)知识产权的汽车标志1600个。

错失在中国发展最好时机的日系三大豪车正在为过去保守谨慎的策略埋单。日前,日系三大豪车之一的雷克萨斯对外宣布,新款混合动力车型CT200h正式上市,并希望将中国在售混合动力车型销量比例提升至30%以上。尽管马年伊始便推出混合动力重量车型,然而混合动力的业绩增长仍无法扭转雷克萨斯在中国的颓势。

在当今国内豪车市场,日系三大豪车雷克萨斯、英菲尼迪和讴歌不仅要面对第一阵营的奥迪、宝马和奔驰,更让他们感到尴尬的是,近两年捷豹路虎、沃尔沃、凯迪拉克、DS等众多豪车品牌也开始发力,对日系豪车的市场地位发起了冲击。

虽然去年日系三大豪车明确了发力本土化的方向,但在中国豪车市场整体增速放缓的背景下,日系豪车能否改变在后的落后局面还不得而知。

### 日系豪车整体掉队

事实上,两年前日系豪车还未感到销售的困境,在中国进口车市高速增长发展的温床下,三大豪车始终对本土化策略绝口不提,而且营销策略应变缓慢。

然而,2012年过后,受日系车整体销量下滑影响,日系豪车开始集体沉沦,虽然在2013年有所恢复,但通过对比不难发现,日系豪车的整体销量依然偏低,并不断被竞争对手赶超。

英菲尼迪去年在新任总经理戴雷的带领下销量实现了突破,同比增长54%,但其终端零售量仍未超过2万辆,仅为17108辆。此外,据了解,虽然讴歌的销量在去年实现了翻倍,但其去年全年仅售出4600辆车,该数字尚不及奥迪A4L一个月的销量。

作为最早进入中国市场的日系豪华品牌雷克萨斯,去年销量为7.3万辆,虽然是日系三大豪车中成绩最好的,但在国内豪华车第四的位置已经连续两年被捷豹路虎夺走。

面对市场的尴尬,日系三大豪车陆续公布了新的发展规划。去年,讴歌宣布国产,同时还表示今年将在去年销量翻番的基础上引入搭载Sport Hybrid SH-AWD系统的RLX等新车型,不断提升品牌知名度和美誉度,力争在2016年国产落地。

再看雷克萨斯,今年的第一款新车CT200h中期改款车日前已上市。此外,为继续扎根中国市场,今年雷克萨斯

还将在国内市场投放一款全新的混合动力车型——GS300h,这将是雷克萨斯在华销售的第6款混合动力车型。雷克萨斯公关部负责人在接受记者采访时表示,目前雷克萨斯经销商网络数量已经达到117家,今年将上升至135家。但是对比竞争对手,这个增速并不算快。

数据显示,1月英菲尼迪在华零售销量(不含香港、澳门及台湾市场)达到2385辆,同比增长161%。对于今年,戴雷表示将大力提升品牌。按照计划,今年英菲尼迪将有6款新车上市,经销商数量也将由去年的60多家发展到超过80家。

### 前后夹击格局已现

相比日系豪车的小碎步向前,奥迪、宝马、奔驰,甚至捷豹路虎和沃尔沃等豪华品牌却在中国大步前进。去年,奥迪全年销售488488辆,增长21.2%;宝马销售390713辆,同比增长19.7%;奔驰增幅11%,全年销量218045辆。值得关注的是,十强榜单中奥迪份额占34%,与宝马、奔驰共占豪车市场总量近七成份额,德系豪车的垄断地位难以撼动。

此外,捷豹路虎不仅继续排名豪华车第四位,而且其与雷克萨斯之间的差距也越来越大。数据显示,去年捷豹路虎在中国市场的销量超过9.5万辆,同比增长30%。按照规划,今年捷豹路虎将向中国引进新车约10万辆,此外,今年下半年奇瑞捷豹路虎的合资车型也将下线。对于今年的销量目标,捷豹路虎中国总裁高博表示,增长预期大概是15%—20%。

汽车分析师贾新光表示,从整体发展来看,日系三大豪车车企无论是规模上还是本土化方面已经明显落后于竞争对手,更为重要的是,其竞争对手还在积极调整。

值得关注的是,近年来进入中国的后来者也对日系三大豪车品牌产生了冲击,其中沃尔沃国产项目已经开始运转,去年沃尔沃在华累计销量达61146辆,同比增长45.6%。沃尔沃中国销售公司总裁兼CEO付强表示,今年沃尔沃在中国将进入“上量期”,领先豪华车的增长速度。

而凯迪拉克也在酝酿新一轮的增长,去年凯迪拉克在华销量同比增长67%,达到了5万辆。今年1月,凯迪拉克在华销量同比飙升265.7%至5741辆,通用此前已为凯迪拉克设定了2015年在华销量突破



10万辆的目标。

与此同时,去年国产落地的DS也不甘示弱,长安PSA副总裁蔡建军透露,今年预期销量将达到5万辆,两款新车型的推出将作为销量业绩提升的重要措施,预计DS品牌销量相比去年增幅将达60%。

贾新光认为,显然各豪车品牌与雷克萨斯之间的差距正在缩小,而与英菲尼迪和讴歌的规划相比,这些豪车品牌的发展也更为激进,这无疑为日系品牌今年计划的顺利实施增添了变数。

### 短期难以翻身

尽管从目前的情况来看,日系三大豪车品牌已意识到本土化策略的滞后,并开始进行调整,但在贾新光看来,由于过去多年发展并没有形成稳固的基础,在竞争对手的打压和自身内外部不利因素的影响下,日系三大品牌短期内仍难以翻身。

“日系豪车的问题不是单一的,而是系统性。目前状况下,他们很难进行颠覆性的战略调整,而此时也正处于豪华车的减速期,在这种情况下,日系豪车三大品牌别说赶超,增长都会很难。”贾新光说。

其实,从在国产问题上的犹豫不决便可让外界体会到雷克萨斯近几年面对中国市场时保守的发展态度。早在多年前,雷克萨斯就曾流露出国产的愿望,但几年过去了,其国产事宜一直没有任何进展。“我们还没

有关于国产的任何消息。”雷克萨斯公关部负责人表示。其实,雷克萨斯中国副总经理钱国豪此前也曾做出过解释,他表示,国产化需要考虑很多因素,比如品牌力、供应商的品质管理以及产品品质的管理等等,这些都是非常重要的事情,需要时间去考核。

虽然雷克萨斯对国产一直不积极,但晚于其进入中国市场的英菲尼迪和讴歌却已宣布了国产规划。不过,上述两个品牌由于之前在国内的发展过于保守,导致其年销量基数始终未能突破国产底限的3万辆,尚处于品牌培养期,国产后能在中国市场上夺取多少份额还是未知数。

值得注意的是,日系品牌的销量始终难以突破,已造成了经销商的不满。更为致命的是,日系豪车赖以生存的服务优势也逐渐减弱。进入中国之初,雷克萨斯曾多次拿下J.D. Power中国售后服务满意度指数调研(CSI)冠军,优质的服务也为雷克萨斯打下了很好的品牌基础,但近几年在J.D. Power亚太区的调查中雷克萨斯的排名却急剧下滑,从2009年的第2名退至2012年的第23名,直到2013年雷克萨斯意识到了问题的严重性后狠抓服务才有所好转,重新回到前三的位置。

贾新光认为,过去几年日系豪车竞争力没有明显提升,产品、品牌力、营销都处于下风。“塑造更鲜明的品牌印记应成为未来日系豪车在华工作的核心。”贾新光说。

# 年内中国将成特斯拉美国以外第二大市场

## 首批特斯拉车主三四月份提车

□ 本报记者 姜靖

去年11月,位于北京侨福芳草这一

高端购物中心的第一家特斯拉汽车体验店开张,这被看做特斯拉进入中国的标志。近日,特斯拉全球副总裁吴碧瑄(Veronica Wu)出席在新浪科技“2013年度风云榜”颁奖典礼,在接受媒体采访时透露,特斯拉将以维修点为主“更快进入中国城市”,第一批可能包括10个左右一二线城市及周边卫星城市。特斯拉提前订购的首批车主将在三四月份拿到车。

买了车之后怎么充电?这是电动车车主面临的最现实的问题,毕竟目前国内还不像特斯拉已经进驻的那些欧美城市拥有相当数量的充电站。对此,吴碧瑄坦称,基础设施是特斯拉目前面临的很大挑战。她认为,“这和互联网刚刚起步时一样,从拨号上网到最后出现宽带网、光纤网,速度才能达到一定的程度,部署也能够到处都有。”

尽管如此,特斯拉对中国市场依然充满信心。吴碧瑄说,目前中国不少地方政府在推动电动车的充电设施和基础设施的建设,同时特斯拉也在联系第三方合作,为客户在住宅安装充电桩服务和设备。她认为,由于特斯拉汽车的续航能力达到500公里续航,因此“只要每天回家能有一个固定的车位上有充电设施就没问题”。

目前,特斯拉中国团队在忙着给试驾车上牌,以满足大量预约客户的试驾和购车需求。吴碧瑄表示,最早一批车主应该在三四月份就可以提车。

“客户在当地拿到车,最重要的是售后服务。”吴碧瑄告诉记者,为了更快进入中国城市,特斯拉正积极布局维修点以完善售后服务,可能会先进入10个左右的一二线城市和大城市周边的卫星城市。而其考察目标城市的依据,将是“根

据订单在不同城市的分布,我们来考虑先

进入哪些城市。”“我们先保证有一个维修点,但有些城市规模相对比较大,那我们就考虑设置多个维修点,就像北京,目前在京港有一个维修点,已经做好了,未来也会考虑在北京其他地方建立维修点。”吴碧瑄说。

对于特斯拉的安全性,吴碧瑄指出,从历史数据上来看,汽油车着火的几率远高于电动车许多倍,大家对于特斯拉安全性的担心主要是对于新生事物的“习惯性”质疑,跟互联网最初饱受质疑一样。特斯拉拿到了美国道路交通安全管理局安全的最高分,目前不管出现什么问题,特斯拉没有发生过一起事故造成车主受伤,可以说安全性是非常高的。

她表示,特斯拉还是一个CONNECTED DEVICE(互联工具)。“车主可

以远程在手机上对汽车进行设置,什么时候充电,充电的情况,也可以在车内上网,将来我们有了新的功能还可以通过网络去推送新的软件刷新,体验新的功能,我觉得它是把科技、传统汽车、环境保护这三个理念综合起来的一个产品。”曾在特斯拉刚刚公布大陆售价时便预定了两辆特斯拉的小米科技董事长兼首席执行官雷军在体验过电动汽车后对特斯拉赞不绝口,“总体来讲特斯拉带来了完全不同的驾驶体验,它是互联网思维和汽车的结合。”雷军说。

在吴碧瑄看来,“社会都对环保更加关注,环保意识也在增强,很多人都非常认可”是特斯拉看重中国市场的理由。由于特斯拉是一家上市企业,她并未透露2014年在中国区的销售目标,但她表示:“希望年内中国能够成为特斯拉在美国以外的第二大市场。”

# 菲斯科是“馅饼”还是“陷阱”?

□ 黄少华

特斯拉的资本神话,再加上新能源汽车产业无限的潜在市场,让万向集团在菲斯科的竞拍中疯狂了一把。在经过了长达3天19轮竞拍后,2月15日,万向集团以1.492亿美元的天价拍下菲斯科。这一价格,是万向集团起拍价的6倍。

“我不造汽车,我也要造。”作为国内最大的汽车零部件生产商的创始人,对于为何如此执意竞拍菲斯科,鲁冠球给出了这样一个颇为悲壮的答案。早在1999年,万向集团便开始试水电动车领域;2002年,万向电动汽车有限公司成立;2009年,万向集团宣布投资13.65亿元,建设国内规模最大的电动汽车和锂电池生产基地。然而,由于一直没有汽车生产资质,二没有掌握电动车核

心技术,这些钱几乎全都打了水漂。

但这并没有打消鲁冠球造电动车的梦想。2012年,万向集团以2.6亿美元收购美国锂电巨头A123(现改名为B456),值得注意的是,这家公司正是菲斯科的电池供应商。在这之后,扩大电池生产,向整车生产上游迈进,并打造完整电动车产业链,成了鲁冠球最大的梦想。

这也就不难理解鲁冠球对于菲斯科的“执着”:一方面,万向集团可借此布局美国新能源汽车,依靠自身完善成熟的产业链优势,帮助菲斯科恢复造血功能,抢占电动车市场;另一方面,万向集团也可借助菲斯科完善自身的战略布局,实现从零部件到电池,再到专用车,最终实现电动乘用车生

产的技术能力。

我们姑且不论1.492亿美元的价格是否当了“冤大头”,单是菲斯科高达10亿美元左右的负债,对于任何一家公司来说都是一个沉重的负担。另外,缺乏核心技术,是鲁冠球接手菲斯科后,不得不面对的另一大难题。

据悉,菲斯科在美国拥有18项专利,包括3项实用专利以及15项设计专利。其中,在核心技术底盘、混合动力控制系统和控制上,菲斯科采用的是量子技术公司的技术,并把他其他开发项目和组装生产系统进行外包,这导致了其在自我创新方面竞争力不足,并给产品日后出现故障埋下了隐患。

在这种情况下,鲁冠球除了在资金上需要持续的投入外,更需要在技术上找到

突破口。庆幸的是,作为新兴产业,鲁冠球面临的新能源汽车产业环境和李书福20年前面临的汽油车产业环境相比,只会更好,不会更差。唯一不同的是,李书福是自己一榔头一榔头敲出来的汽车王国,而鲁冠球如今走的却是捷径;另一方面,有一个暂时已经取得成功的特斯拉作为榜样,姑且也可以当做是菲斯科的发展方向。

鲁冠球这样一个有钱而且愿意实实在在、在长久投入的“金主”,是菲斯科的“喜事”;而进入这个市场前景无限广阔的新能源汽车市场,也是鲁冠球在做大汽车零部件之后的一个新机会。只是,希望收购这条路不至于让他走得太艰辛,收获成功的喜悦也不用等得太漫长。(作者系中国青年报记者)

## ■政策播报

### 汽车行业将对外资“松绑”

科技日报讯(柯文)对于三中全会中提出的扩大开放、投资准入方面的改革事项,商务部新闻发言人沈丹阳日前表示,商务部将加快推动统一内外资法律法规。同时还将进一步放开钢铁、化工、汽车等一般制造业领域的外资准入限制。

此前,对于中国外商投资的法律法规,外资企业一直颇多微词。华南美国商会在今年2月发布的年度刊物中称,自首次调查至今9年时间,受访企业一直将“与中国政府相关的法律法规问题”列为企业在华发展的最大挑战,涉及内容包括关税、税收和行业法规等。

沈丹阳表示,统一内外资法律法规是我国外商投资管理体制改革的重大举措,有利于建立统一、公平、透明的投资准入体制。进一步放开外资准入限制,包括放宽外资在注册资本、股权比例、经营范围等方面的限制。

此外,对于三中全会《决定》中提出的建设统一开放、竞争有序的市场体系,沈丹阳表示,目前我国经济活动中仍存在不少市场壁垒,比如一些地方要求跨地区经营的企业必须在当地组建独立法人机构,加重了企业负担;对外地产品或服务设定歧视性收费项目、规定歧视性价格,或者实行歧视性收费标准等。

### 北京规范出租车电召服务

据新华社讯(孙博)出租车电召软件“嘀嘀”和“快的”的竞争改变了很多市民的打车习惯,并且让出租司机和乘客都得到了实惠。但近日网上有消息称北京市为了规范出租车电召服务的运营安全,将出台相关规定限制出租车使用此类软件的数量,引起了多方热议。

20日,新华社记者从北京市交通委运输局获悉,为规范电召服务运营行为,确保出租汽车运营服务安全,结合近期出现的驾驶员车内安装多个手机叫车终端,可能导致因驾驶员抢单而产生不安全因素的情况,为保证出租汽车运营服务安全,每辆出租汽车只允许安装一个手机叫车终端。

此规定同时还明确,驾驶员抢答手机电召业务时,须在保证行驶安全的前提下进行。对车内安装多个“手机叫车终端”的问题,立即进行整改规范,严格执行“一车一终端”的规定。北京市交通委运输局、市交通执法总队将加强对出租汽车驾驶员使用“手机叫车终端”的监管工作,发现出租汽车安装多个“手机叫车终端”的问题,对其情况进行登记核录,并责成出租汽车企业进行整改。

### 广西推出汽车异地互检

据新华社讯(熊红明)对于每天在道路上东奔西跑的各种汽车来说,必须回到车辆登记地进行年检,给车主带来不少麻烦。日前,广西交警总队今年推出异地车检便民举措,凡是广西辖区注册登记的除大型客车、校车和危化品运输车辆外的其他汽车,均可在广西任意一家具备汽车异地互检资格的汽车安检机构接受车检,再无需到车辆注册登记地车管所进行车检。

“异地车检措施将让广西的1010多万辆汽车的车主受益。”广西交警总队副队长甘杰南介绍,能够进行汽车异地车检的机构,必须建成能够采集车辆制动、灯光工位检测照片并自动上传至公安部门的安全生产技术检验监管平台,平台必须使用统一版本检测软件并与车管所联网,车管所能够对机动车检测全过程进行视频监控。各市公安局交警支队车管所将符合要求的汽车安检机构上报交警总队,经审查并实地核验收收,批复同意授予汽车异地互检权限后,便可办理异地车检业务。