

斯巴鲁筹划“收权”铺路国产

■ 本报记者 穆易

尽管国产项目一再拖延,但日前有媒体报道称,斯巴鲁将在年底公布收权区域总代并设立单独销售公司的计划。

这意味着从国内三大区域经销商总代理收权,为将来有可能成行的国产计划扫清渠道终端障碍,已经被斯巴鲁(中国)提上了议事日程。对此,斯巴鲁(中国)公关部以“不知情”为由拒绝正面回应相关传闻。然而,官方层面的表态无法阻止来自外界对方的猜测。

斯巴鲁收权?

虽然外界盛传斯巴鲁将在今年年底宣布收权区域总代的具体方案,但是对于斯巴鲁(中国)是否会于今年启动类似捷豹路虎中国的“收权区域总代、筹建国家销售公司”的相关计划,斯巴鲁(中国)的官方回应是:“目前还没有这种消息,因为斯巴鲁能够销售持续增长到现在,说明我们现在的渠道模式有它的可取之处。”

不过考虑到在进口车销量积累到一定阶段后,跨国车企收权区域总代已经成了不成文的行业“潜规则”,一些斯巴鲁的区域代理商已经有了“被收权”的心理预期。

作为斯巴鲁在华最大的区域代理商,庞大集团董事长庞庆华对媒体表示,虽然还没有正式收到斯巴鲁有关收权的正式说法,但“收权也是很正常的事情”。

去年,斯巴鲁在华销量突破5万辆,并创造了历史新高。在此基础上,斯巴鲁提出收权区域总代的做法也是意料之中的事情。事实上,沃尔沃、雷诺、捷豹路虎和宾利等曾采用区域代理制度的汽车品牌在销量规模达到一定程度后,都先后经历过这个阶段。

其中,捷豹路虎在2010年成立国家销售公司后,通过更加优化的网络布局和加大零部件中转库等基础设施建设,在新车销售和售后服务能力上均大幅提升,类似的“正向效应”也鼓励更多的后来者效仿。

与此同时,为可能成行的斯巴鲁合资国产计划铺路,斯巴鲁(中国)收权区域总代也变得势在必行。

而且斯巴鲁与区域总代理的授权合同是一年一签,这也为斯巴鲁顺利收权提供了便利。

不过虽然包括庞庆华在内的斯巴鲁区域代理商们至今未收到斯巴鲁(中国)方面关于“收权计划”任何正式的文件或会谈邀请,但据庞庆华透露,早在去年上海车展期间,斯巴鲁相关领导就曾与3个总代理商开会,说要收回总代理权,斯巴鲁单独成立销售公司,“但这是日方方面的说法,我询问过斯巴鲁项目的负责人,他也没听说这个事情”。

作为国内最大的斯巴鲁区域总经销商,庞大集团旗下直营店是斯巴鲁在中国仰仗的三家总代理商之一,其网点数量和销量占斯巴鲁在华总量的七成左右,覆盖区域遍及华北、东北、西北、西南20个省市。

区域总代理有权发展直营经销商,也可以吸引加盟经销商。

据庞庆华透露,作为进口斯巴鲁的区域总代理,庞大不仅可以直接从全国总代理处获得进口整车和零部件资源,而且在所辖区域内享有相对自主的网络布局规划权。

“实际上,斯巴鲁进口车在华总



王利博制图

日前有消息称,斯巴鲁将在年底公布收权区域总代并设立单独销售公司的计划。

这意味着从国内三大区域经销商总代理收权,为将来有可能成行的国产计划扫清渠道终端障碍,已经被斯巴鲁中国提上了议事日程。对此,斯巴鲁中国公关部以“不知情”为由拒绝正面回应相关传闻。但这并不妨碍外界对于斯巴鲁加速国产的猜测。

代理一直是斯巴鲁(中国)。”庞庆华告诉记者,只不过区域代理商比普通的加盟经销商享有更多“特权”,也能获得更高的利润,更利于控制自身的经营风险。

而对比其他两家区域总代,中冀斯巴鲁在销量和渠道数量上都处于绝对垄断的地位。分管华东六省市的上海安吉和华南五省的东莞意美,二者经销网点加起来尚不足70家,而庞大则是二者总和的两倍还多。

庞大集团8月28日发布的2012

年半年报显示,该公司上半年营收287.8亿元,同比增长了7.49%,其中代理销售斯巴鲁业务贡献营收31.6亿元,占比集团整体营收11%。而在2010年,斯巴鲁的销售收入还占到庞大集团营业收入的15.68%。同年斯巴鲁的毛利占到庞大集团毛利的27.50%。

虽然在销售收入上整体下滑,2012年上半年同比减少了13.48%;但营业利润率上,中冀斯巴鲁依托区域总代优势,却实现了19.06%的历史新高,较上年同期增加3.06个百分点。一旦区域总代权被斯巴鲁(中国)收回,对于经营业绩而言将不可避免会受到一定影响。

意欲国产的可能

虽然在庞大集团等区域总代看来,斯巴鲁收权区域总代可能会动了其“奶酪”,但如果站在斯巴鲁(中国)的立场来看,为了谋求在中国市场更远的商业利益,尤其是摆脱三大区域总代垄断网络渠道建设的“痼疾”,进而提升经销商管理和售后服务能力,成立国家销售公司统管在华业务则势在必行。

“捷豹路虎在收权区域总代之前,同样遭到惠通陆华和中汽南方等区域总代的抵制,但在各方的谈判协商下,区域总代最终仍然选择了‘杯酒释兵权’。”捷豹路虎(中国)的内部人士认为,打破区域总代形成的既得利益格局,招募更多新鲜血液注入网络,实际上更有利于科学发展和规范管理经销商网络。

例如,目前斯巴鲁在华经销商除了三大区域总代理商开设的直营店之外,还包括与其他经销商合作的合资店以及加盟店。而据不完全统计,这两者占据斯巴鲁在华销售网点约30%。很显然,这些“非正规军”出身的经销商网络,在经营服务质量和抗风险能力上,都不及三大区域总代下属的直营店。

“由于权限过大,区域总代所扮演的角色,就像比赛中既当运动员又当裁判员,这样的比赛还有谁愿意来参加?”一位在汽车流通领域从业多年的经销商老总告诉《中国企业

报》记者,采用三家区域总代模式多年的斯巴鲁(中国),同样在招商上面面临类似的困境。“如果不打乱现有利益分配格局,有实力的经销商是不愿加盟的。”

与此同时,在本该由汽车厂家投资兴建的经销商共用的零部件中转库和经销商培训中心等基础设施上,即便是区域总代也不可能像厂家那样做到尽心尽力、全盘统筹规划。由于三大区域总代缺乏在华建立售后备件库的动力,“一个零件从日本配送,需要等待至少45天时间”,导致消费者对选择斯巴鲁顾虑重重。

而捷豹路虎的做法已经为斯巴鲁提供了成功的先例。

从2010年下半年正式成立国家销售公司以来,短短两年时间里,捷豹路虎就在国内设立了两家国际水准的培训中心、两个按全球标准建造的路虎体验中心及三个港口。不仅如此,捷豹路虎还一口气筹建了5家零部件配送中心,大大提升了全国备件服务网络的运转效率。

与此同时,除了招募更多有实力的经销商,提升现有经销商的服务能力,斯巴鲁(中国)酝酿收权区域总代的另一大动机,就是与奇瑞合资国产项目铺平道路。有接近奇瑞高层的知情人告诉记者,为避免重蹈北汽、利星行和奔驰(中国)的覆辙内乱,奇瑞极有可能会向斯巴鲁方面提出,在国产项目启动之前“完成收权区域总代”的要求。

“销售环节的盈利不可能拱手让人。在组建的整车合资公司启用后,奇瑞和斯巴鲁下一步肯定也要成立合资销售公司。”上述人士透露,按照汽车行业政策“谁生产谁就负责销售”的精神,奇瑞斯巴鲁国产项目一旦启动,国产车和进口车“并网销售”势在必行。

上述消息人士认为,对于奇瑞而言,最理想的模式当然是奇瑞斯巴鲁组建50%对50%的合资销售公司,并由后者统管国产和进口车销售,这样奇瑞在国产车和进口车两条线上可以实现“利益均沾”。但在面对拥有三大区域总代后盾的斯巴鲁(中国)时,奇瑞的上述设想显然不具备可操作性。

传祺 A 级车明年上市

■ 本报记者 李遛

随着今年整体经济形势的转变,中国汽车自主品牌在经历市场的无情考验中遇到了前所未有的危机。面对这样的局面,广汽传祺也在进行着深刻的反思,并试图从品牌层面寻求新的突破。一位广汽内部人士向新浪汽车透露,该公司正在酝酿着一场品牌与产品设计的变革。而这场变革的前奏,将从今年年底鸣响。

重梳品牌

纵观当下传祺品牌的产品线,虽然SUV车型GS5在设计 and 做工方面有着良好表现,近几个月的销量上都能维持2000至3000辆,但作为战略性产品,该车型在设计元素与品牌定位上,与之前产品的互动较少。虽然从把握市场发展机遇的角度看,在这一时间推出SUV合情合理,但从品牌建设的层面考虑,GS5并没有完全达到巩固品牌形象的目的。

曾有业内专家表示,一个成功的品牌,对于消费者而言是一份保证书,而对于企业而言是一道缓冲的安全气囊。品牌所获得的消费者的信赖,可以降低企业在市场恶劣环境下,在销售层面遭受的影响。而这一点恰恰是当下我国自主品牌所欠缺的,这也直接解答了为何微增长环境中,自主品牌受到的影响要远大于合资品牌和进口品牌。

广汽集团常务副总经理袁伟表示:“我们的传祺品牌定位是做高品质汽车。”如此的高开高打,就更加需要对品牌力的着力塑造。为此,广汽集团在两年前便开始着手从产品至品牌宣传的调整方案。通过引入国际化设计团队,对整体的产品规划进行了深入基因的大范围改组重整。一套全新的产品设计解决方案已基本酝酿成形,传祺品牌的基因突变即将爆发。

消息人士透露,目前在全新品牌基因下,广汽已规划了一组全新的产品,其中便包含现款传祺轿车的换代车型。全新开发的产品将于2014年正式面世,而体现整体设计核心的概念车将于今年年底广州车展上亮相。

与保时捷合作

在推出全新DNA产品之前,广汽传祺的第一要务仍然是完整当下的产品线,将在重点市场排兵布阵,站稳脚跟。广汽集团常务副总经理袁伟透露,在GS5之后,广汽传祺的下一款新车将在2013年推出,其主要市场目标是当下份额最大的A级车。

该产品将在运动性方面发力,通过与德国保时捷公司的合作,新品的底盘得到进一步强化,操控性能将成为该产品的核心卖点。而这款车的动力总成将取自广汽的合作伙伴菲亚特,可能搭载1.3L和1.5L的涡轮增压发动机。

从传祺第一款产品的高开高打,到GS5的精致做工,都不难看出广汽集团打造高端自主品牌的决心。

但品牌的打造是一项复杂的工程,树立自身独一无二的特点才是真正获胜的法宝。反思传祺轿车叫好不叫座的原因,缺乏自身特点,欠缺对品牌核心竞争力的挖掘和宣传都是致命的。

在当下“家族系谱”理论盛行的时代,打造核心车辆基因可以看出广汽在打造品牌理念上的转变和进步,但中国的消费环境依然渐渐走出了原先“以貌取车”的阶段,外形之余,安全、节能环保、高性能逐渐成为人们选择爱车更优先的考虑因素。中国消费者购车理念的逐渐成熟已然是一条不可逆转的发展路线。

对比当下在中国份额最大的德系与日系品牌,真正让他们得以立足,并称雄中国的也是注入“TSI+DSG”、“双擎动力”等核心技术。所以,在自主品牌着力塑造品牌之时,培养自身独特的核心技术,也许才是长远、可持续的品牌核心要素。

福田将着力发展清洁能源重型机械

■ 本报记者 李遛

2012年9月4日,福田汽车重型机械项目奠基仪式在怀柔举行。在活动中,福田汽车与央企举行了清洁能源装备战略合作签约。根据协议,福田汽车将为众多央企提供清洁能源重型机械产品,涉及风力发电、石油石化装备、高铁施工、矿用作业等多个行业。

随着世界各国对能源需求的不断增长和环境保护的日益加强,清洁能源的应用已成必然趋势,被国际上越来越广泛地应用于交通领域。正是在这种背景下,福田汽车选择从清洁能源领域切入重型机械。

在中国经济快速发展的背景下,能源消耗变得日趋紧张,有专家预计在未来的25年里,国际能源消耗将上升50%,其中发展中国家的能源消耗预计将上升23%,如此大的能耗增长,让气候变暖、空气污染等方面面临极大挑战。优化能源结构成为我国现阶段重要的能源方针,国家将逐步实行能源多元化、清洁化发展,大力改善和调整能源结构,用效率更高、更清洁的能源资源来满足发展。在全球商用车行业产量一跌封王之后,福田汽车再次响应国家号召,把目光瞄向了正面临转型升级的重型机械行业。

重型机械是公路、冶金、石油化工、造船、机场港口、市政场馆建设的主力设备,是国民经济建设中的重要力量。前十年,受益于宏观经济的快速发展,投资、出口和进口替代率提升推动了重型机械行业快速增长,给企业带来了丰厚的利润。

但重型机械的环境污染问题也越来越突出。据燃油消耗量和加速速率比较测算,仅轿车的尾气污染物排放量就相当于3辆公交车,约等于150辆小汽车排放量。一辆混凝土泵车若改用LNG动力,不仅尾气污染物排放降低50%,用户使用成本也可降低35%。

因此,未来十年,需求下沉、国际市场开拓、能源结构变革、环境友好将成为主导市场的重要因素。在新的宏观背景下,重型机械的繁荣将全面进入分化时代。尤其在国家能源结构变革的新环境下,天然气装备、环境友好的节能机型成为重型机械的发展趋势。

福田汽车敏锐地捕捉到这个机会,在挺进重型机械领域时,清洁能源是福田重要的突围力量。对于福田而言,这只是其钟情于清洁能源的另一次征程。作为汽车行业的新兵,短短几年间,福田汽车生产的LNG客车已经在“神州第一街”——长安街上迎来送往世界各地的游客。2011年,福田汽车向巴基斯坦拉合尔市公交公司交付了111台欧辉天然气城市公交车。2011年11月,福田汽车首批150辆欧曼LNG牵引车交付中石油作为运输车辆使用。福田汽车在各类清洁能源商用车的研发、生产、营销、运营、服务方面积累了丰富的经验。

八年前,福田就开始进行重型机械布局。2004年,福田成立了泵送机械事业部。目前,该事业部已经发展成为一个具备8条国内顶级的生产线,综合能力在国内处于领先水平的专用车制造基地。2006年福田泵送机械事业部的搅拌机年销量位居行业第二名。2009年生产各类专用车4275台,实现销售收入9亿元,居行业领先地位。

如今,福田再次出征泵车和起重机行业。总投资近20亿元,总占地面积773.197亩的起重机械新工厂将于2013年2月在北京怀柔正式投产。“在福田的清洁能源战略规划中,一方面是积极投身于国家风电、核电、水电、生物化工等清洁能源行业的基础建设,另一方面是为国家和社会提供清洁能源的重型机械产品。”福田起重机械事业部相关负责人表示。

宝骏 6301.8L 旗舰车型上市

■ 本报记者 李遛

作为通用汽车与上汽在华合作的四大品牌之一,上汽通用五菱首款乘用车——宝骏630投放市场一年以来,凭借出色的性能与品质赢得了广大车主的认同与赞誉。日前,宝骏家族的旗舰车型——宝骏630 1.8L正式推向市场,新车型涵盖了手动挡与自动挡共4款产品,其中,手动挡舒适型市场指导售价为77800元,精英型为87800元;自动挡舒适型市场指导售价为85800元,精英型为95800元。随着旗舰车型上市,主打车型宝骏630 1.5L产品升级、宝骏乐驰畅销车型加入,宝骏家族的布局宣告初步完成,而宝骏630、宝骏乐驰两大系列7款车型的产品,在给消费者提供更加丰富选择的同时,也将极大提升宝骏汽车的市场竞争力。

新推出的宝骏630 1.8L继承了“国际品质新宝骏”的精工细作风格,在动力、品质方面取得了全新的突破。在10万元以下家轿中具有突出的性价比优势,或将成为下半年家轿市场中最为抢眼的车型之一。同时,

宝骏630产品家族的竞争力也得到大幅提升,将为消费者提供更多样的车型选择与合理的售价区间。

换“芯”上市

出色的动力性能是宝骏630 1.8L的最大亮点。据了解,宝骏630 1.8L采用的1.8LEcotec发动机源自通用汽车,目前也被搭载在科鲁兹1.8L、英朗GT 1.8L等以动力性能著称的热门车型身上。该款发动机具有连续可变气门正时和可变进气歧管等先进技术,最大功率和最大扭矩分别达到了105KW和177N.m,可在11.3秒的时间内完成0—100 km/h的加速,最高车速达192km/h。在同级别车型中,无论是技术含量还是各项参数,这款1.8升发动机的表现都堪称出色,将赋予宝骏630更多的驾驶乐趣。

此外,与Ecotec发动机相匹配的两款变速箱也同样不容小觑。宝骏630 1.8L自动挡车型采用了GF6通用全球前驱6速手自一体自动变速箱,可提升传动效率并改善动力输出

的平顺性,减轻在加速过程中发动机的负担,有效增强整车乘坐舒适性。手动挡车型搭载的5挡变速箱,也是一款在通用汽车旗下车型中被广泛使用的成熟产品,具有换挡清晰准确,操作手感轻盈等特点。

以上两款变速箱与Ecotec发动机的完美匹配,使宝骏630 1.8L车型动力十足,驾驶更加平顺,燃油经济性也颇为出色。在综合路况下,宝骏630 1.8L自动挡最低油耗为7.7L/100km,手动挡最低油耗仅为7.1L/100km。

配置更趋人性化

根据用户的需求,宝骏630 1.8L的外观与内饰方面也进行了多项改进和升级,细节品质提升不小,完全可以媲美合资品牌车型,满足了消费者不断提高的品质要求。

宝骏630 1.8L的前格栅增加了横向电镀饰条的设计元素,门把手也增加了电镀饰条元素,使车身外观看起来更加精致;经过亮面工艺处理的四孔八辐铝合金轮毂,更增添了宝骏

630 1.8L现代、运动的气息。与此同时,宝骏630 1.8L的内饰改进也很抢眼——中央对称的显示仪表,使读取方式明了简单;真皮包裹的三辐式方向盘,手感更好;双缝线真皮座椅更符合人体工学,优雅时尚。

值得一提的是,新车型增加了多项贴心的人性化设计。灵活多变的储物方式、一键式盲操作电动座椅按键,大大提升了乘坐的舒适性;遥控寻车、钥匙未拔提醒、电池放电保护等科技配置,增加了用户驾驶的便利和安全性,让驾驶宝骏变得更加的轻松惬意。

上汽通用五菱乘用车平台高级总监钱宁表示,在技术与品质两方面,宝骏630 1.8L具备了超越合资品牌同级产品的实力,将对动力性和舒适性有更高要求的消费者带来一个“实惠”的选择。宝骏630上市一周,已经获得了消费者的广泛认可,作为通用汽车与上汽在华打造的四大品牌之一,宝骏汽车秉承“可靠的伙伴”的理念,力求提供更多、更好、更实惠耐用、更符合中国消费者需求和消费能力的产品。