

亏损的欧宝真的贴标别克?

主笔：祝虹



核心提示：拆分萨博比不动武，动资本之战还血雨腥风，通用汽车采取欧宝贴标别克“一箭三雕”有何足奇。



1 据海外媒体报道，通用汽车公司CEO Dan Akerson表示希望欧宝Adam和Cascada两款车型将换别克车标。

Akerson在今年上半年一次投资者会议中表示，Adam和Cascada车型将在中国使用别克车标，以提升形象并增加销量。

五年前，赴日本滨松铃木生产线采访，隔着五条线就看到了被贴标通用小车滚动下线。端起相机一通连拍，正拍在兴头上被车间的人阻止，好歹没逼没收“强拆”？

后来在日本东京和滨松市见到老铃木修时，他说，你们中国媒体是全球媒体第一个到这个试验厂参观的。那是铃木在二战后置下的地产。

此后，在采访老铃木修时说，“大通用，小铃木，不知哪天小的被大的吞掉。这是一种担心。”

通用破产两年前，铃木分三次以现金的方式回购通用对铃木的股份。在风险来临之前，铃木反而一次次地解决了“大吃小”的担心。

但铃木却在去年退出亏损与江河日下的美市场。仅剩下摩托车业务。这是美元二次量化宽松的结果。直接导致全球经济的改变。铃木退美进亚只是冰山一角。

上个月，老铃木修在东京对日本记者说，“安倍日元上涨趋势和量化宽松快到头了吧？”本月中日元开始走低了。所谓的量化宽松的日本安倍经济泡沫破产了。

分析认为，企业真的不在于大小，而在

于斗志和“风水轮流转”？刚合通用资本散了不久，大众便向铃木伸出了橄榄枝。除了大众的股份和印度市场与大众卖给铃木百分之一的保时捷股份，并要求铃木在波兰捷克市场放弃与意大利菲亚特引入发动机的合作，乃至打官司到欧盟。

所以，从历史的角度看汽车，更观日、意的深度结合。再看菲亚特与克莱斯勒间反复全盘为股份变动向走势，本身就是一种美意间的资本与外交博弈。沃尔沃转手卖给吉利，福特也不敢在瑞典出售资产，而是把交易地点放在伦敦。否则国民要承受二次“割让”的情绪。

有鉴于吉利的李书福将“沃尔沃放虎归山”的状况，通用对萨博不得不进行不吐骨头的最后拆分——以荷兰世爵的方式，进行必不可少的反击。宁可萨博破产，也不让你在中国起死回生。

反过来说，欧宝不再是“战略资产”，而是“战略负担”。难道欧宝现在成了通用烫手的山芋？

2 再回到通用贴牌，若打欧宝旗号还得重开品牌渠道就得另建一支队伍，如在中国建厂，欧洲人为产能，为失业肯定不干。将欧宝的资源，直接绕过欧洲，拿到中国市场来——并入中国别克利润更大，贴标转换是跨国公司多国经营的常态变术。

分析认为，欧宝在欧洲有八个工厂：欧宝



插图 陈雨晨



的总部位于德国吕赛尔海姆。欧宝2015年发布新一代雅特车型，将在英格兰埃尔斯米尔工厂以及波兰南部的格利维策工厂生产该款车。位于匈牙利赛特古特哈德发动机厂、位于奥地利阿斯本变速箱厂、位于意大利都灵的研发中心和位于波兰格利维策整车厂。其中格利维策工厂目前生产欧宝赛飞利MPV雅特H级轿车和雅特J五门车型、GTC和雅特J轿车，今年还将投产欧宝Cascada敞篷车，年产能超过20万辆。

以上是通用在欧洲的盘子。但算盘珠子怎么拨弄？是欧盟求着美国人的事儿。欧宝在欧洲销量不仅下滑，而且成本上升。平均每辆车亏损1500欧元。而宝马在欧洲每辆能赚5000欧元。

自1999年以来到去年底，欧宝亏损的规模已接近150亿美元。

去年底，美财政部持有通用汽车公司大约5亿股股票。去年12月，通用汽车公司以55亿美元回购2亿股股票。今年，美财政部在市场上逐步出售通用汽车股份，预计2014年初全部出清。

通用北美公司总裁Mark Reuss称别克已经做好准备推出点“特别的东西”。他拒绝透露详情，但暗示可能是一款双门跑车、一款敞篷或旗舰轿车。

从理论上讲，这两款车将在美国上市，但通用需要一个商务案例证明此举是有意义的。这两款并非大规模量产车型。

分析认为，由于美国采取了二次量化货币宽松政策，尤其采取了重点楼盘地产、和之前不卖的企业等同意外资并购，这样既保住美国部分优质资产也保住了就业，更导致新兴市场国家大批资金回流美国。现在美国政府达到这个目的了。

所以，拆分萨博比不动武，动资本之战还血雨腥风，通用汽车采取欧宝贴标别克“一箭三雕”有何足奇？

奥迪：商业，更是艺术

张曦专栏



“即便遮住四环标识，从任何一个角度，你仍一眼就看出那是辆奥迪。”

——前奥迪集团设计总监 沃尔特·德·席尔瓦



当我们提到奥迪的时候，第一印象可能是公务用车。但日前，一汽大众奥迪在南京雕刻时光举办的一场设计讲座上，却让我们从另一个角度阅读到不一样的奥迪。

每辆车都有自己的设计语言，“暴风线”——贯穿侧身的流畅腰线，是奥迪一种显著的家庭设计语言，它源自前灯、延伸至尾灯，贯穿车身的线条让车辆融合力量与美感。奥迪的“暴风线”设计可以追溯到百年前，早在1930年的奥迪Type SS“茨维考”普尔曼豪华轿车上，便可以发现这一经典设计元素的魅力。

奥迪家族的设计演变，充满了历史和灵感的积淀。前奥迪设计负责人史蒂芬·西拉夫在谈起奥迪A7 Sportback的设计历程时，曾兴奋地说：“当我们看到父辈车库里停放的奥迪100 Coupé S，我立刻知道这就是我们要的线条，接下来，我们需要做的只是把它画在纸上。”

对于这个曾诞生过包豪斯设计的国度来说，把艺术的美感和工业的精密相结合，再适合不过。奥迪的设

计师都知道，完美的设计是改出来的，而其中很多原因源自他们“完美主义”的要求。对奥迪来说，只要科技和设计在进化，就不能停下追求极致的脚步。

回过头看，在商业上能够成功的豪华汽车品牌，一定在于细节的完美。根据数据显示，在C级车领域，似乎只有奥迪和宝马能成为对手。奥迪A6一马当先，宝马5系紧紧追赶，两者占据了C级车每年销量的前两位。国内很多品牌都想冲进这一领域分一杯羹，却鲜有成功的。

也许，国内很多品牌到现在还没明白，一个豪华品牌的诞生与成长，并非追求名牌，也不都是说故事，而是细节和感觉。豪华车不是奢侈元素的无聊堆砌，也不是讲一个让自己感动的故事，而是对于商业与艺术的理解，对细节的把控和感觉。一切非常合适，浑然天成，恰到好处。就像法国人看到背着磨破的旧LV的人，会很尊敬；就像没钱买包厢票的奥地利老绅士们，会站在后排听歌剧。浮躁的心是无法领悟的。

TOYOTA 广汽丰田 | 品质 服务 信赖

小细节 大执着

态度，决定品质。在我们的制造，小如一颗螺丝，也是一件大事。我们精益求精，用精湛工艺，将每个人对品质和精益求精的期待，倾注于每一颗螺丝，成就一个又一个品质典范。

J.D. Power 亚太公司 2012 年中国车辆可靠性研究™ (VDS)
针对中国新车车主调查的可靠性研究。连续四年荣获五星口碑排名冠军。

凯美瑞排名榜首
汽车类别中型车细分市场

汉兰达排名榜首
SUV细分市场

7月10日—7月31日，广汽丰田夏季服务活动火热进行中

• 爱车专项检查 • 区域特色服务套餐 • 试驾普及专家在线互动 • 心很大抽奖

了解更多车型、预约试驾，请致电广汽TOYOTA销售热线400-810-0810

南京：广汽丰田南京禄口大明路店 025-52421955 南京市秦淮区中牌楼160号
广汽丰田南京协众东泰路店 025-52707808 南京市江宁区东泰路
广汽丰田南京大政仙鹤路店 025-85567788 南京市栖霞区仙鹤路27号(312国道旁)
广汽丰田南京长益大厂区 025-57052885 南京市江宁区江安路349号-2号

广汽丰田汽车有限公司 官方网站：www.gac-toyota.com.cn
广汽丰田客户服务中心：800-8308888 (免长途费) 400-8309888 (可异地拨打) 只限中国大陆地区

TOYOTA
丰田品质 值得信赖 有丰田 有丰田

Camry 凯美瑞 | Highlander 汉兰达 | EZ 致炫 | Vios 威驰