

每期锐评

战略组委会谁说了算?

6月26日,在英国的董事会确立奇瑞捷豹路虎在中国的组织架构为:战略组委会+IMSS。

这是平行主导中国市场的又一进步。否则奇瑞的国产化就无新意可言。这是新常态的常规,也是中国制造内外兼修必须确立的骨气。这是继广汽曾庆洪直言“股比早晚放开但现在不是时候”后,又一真刀真枪的实际举措。

捷豹路虎中国市场实现国产后,销量不增反减。数据显示:捷豹路虎从2014年底放缓,前四个月销量同比下降超20%。重要性在于以国产换取国产主导市场而非受控于IMSS?

据了解,英国董事会决定通过降低中国销售目标的救市方案,成立奇瑞捷豹路虎最高决策委员会、给予IMSS在中国市场和销售层面最大的决策权,包括国产车和进口车。

下一步要推动IMSS的运作效率,使IMSS更有效运转起来。首先是高博的调离。进而是进口车还是国产车的日常运营,由IMSS总裁毕少朴和常务副总裁胡俊负责。

在战略层面,合资公司董事长陈安宁、总裁百润、常务副总裁朱国华以及高博的接任者等,将组成战略委员会,也就是中国市场最高决策委员会,共同对中国市场的总体战略进行决策。

整合之后,在战略委员会的既定战略之下,IMSS实际上成为捷豹路虎在中国市场和销售层面的核心决策机构,中外双方共同制定销售和市场策略,共同完成国产车和进口车在中国市场的销售。

与之前相比,捷豹路虎上海的职权范围相应缩小。

IMSS新一轮整合,重点是将中外双方的财务、人事、采购、IT、PR等实现联合办公。从操作层面,股东双方合力推动在中国市场的发展。

“6·26”董事会,捷豹路虎进一步明确了对经销商的销售目标降低10%-20%的方案。同时对经销商返点的兑现时间提前五个月。另外厂家还拿出5亿-6亿给予额外补贴。奇瑞后续还要引进产品,目前规划的节奏是从明年开始平均一年一款全新车型国产。

实际上,无论是话语权,还是战略委员会的成立,关键的目的还是合资企业的利益。

战略委员会不是国产与进口间的竞争,而是如何面对外部竞争。这是话语权的第一步。尽管中方持有对等的股权,但在实际上很难享受到对等的权益。而捷豹路虎国产化后,无疑更需要能统揽里出外进的制造家。

所以说,战略委员会的成立和奇瑞的国产是一块新常态下的试金石。不能既花了钱,又在中国市场说了不算。中部奇瑞要做中国制造内外兼修的明白人。“6·26”的标志是不做空壳国产化的坚韧一步。主笔 祝虹

品牌营销

A级

浩乃平台,纳是吸收。30年来桑塔纳累积460万辆后,作为A级平台战略浩纳没有理由不纳入桑塔纳名下。

浩纳以工业4.0模块化思维,共享平台延伸了汽车制造周期,配以青春配置,以颜值的冲击力进一步提升浩纳。

颜值是浩纳的亮点,更是媒体热议的焦点,核心在于运用了设计视觉的冲击力。3年前桑塔纳三厢全新改款,为桑塔纳家族刻画了青春运动脸谱的DNA。而浩纳因前脸、尤其是分体式尾灯的设计在同级别车型中少见,增色不少。

桑塔纳浩纳并非靠颜值吃饭。首先,平台源自pq25,同波罗、斯柯达昕动同平台,轴距比波罗长不

浩纳凭何冠名桑塔纳?

A级车市场份额冲击全年销量目标。

紧急时刻周全保护全车人员安全,带给驾乘人员安全保障。

跑量

按照朗逸家族的销售惯例,浩纳月均销六七千辆是正常水准。实际上,桑塔纳家族两款车已跑赢细分市场基本盘。浩纳所属的A级轿车市场近年来一直占据着轿车市场超六成的份额。

与此并肩的A级两厢车有福克斯两厢、日产骐达、赛欧两厢、世嘉等。从根本上说,浩纳就是上海大众为市场打造的跑量A级车型。

数据显示,今年前5个月,A级轿车占乘用车市场的份额高达61.5%。国内新车销量前三强上海大众、一汽大众以及上海通用均试图通过提升

今年前5个月,上海大众旗下A级车(大众和斯柯达双品牌)联手实现销售42.05万辆;一汽大众旗下A级车销量为41.16万辆;上海通用旗下A级车销售25.5万辆。显而易见,A级车已成为拉动车企整体销量增长的重要引擎。

桑塔纳浩纳上市后,上海大众在A级车市场中拥有Polo、朗逸、朗境、斯柯达昕动等近30款不同配置的A级车型,数量超其他车企。多款车销量位居国内A级车销售前列。今年前5个月,上海大众Polo品牌以1.6万辆的月均销量位居A0级市场领先地位;朗逸月均销量超9000辆。根据乘联会的统计显示,今年前5个月,上海大众销量为80.78万辆,已完成销量目标的43%。记者 张雷

张家口

是炒还是煮?吉利和现代各自开厨。中国人饮食讲究南甜北咸东辣西酸。吉利是浙派属甜,A级车落子张家口又偏咸,制造转化叫“甜咸适中”。

韩国重庆均属辣派,一个是韩式辣白菜讲究脆口,一个是火锅式追求麻辣,A级车制造上讲“老少皆宜”即大众化。

日前,吉利张家口基地得到工信部的批复。预计2016年工厂建成及产品下线,2017年实现整车批量生产及销售。吉利张家口基地将生产全新A级车,根据现已披露的信息,新车的项目代号为“CS11”,基于吉利和沃尔沃的CMA

紧凑模块化平台打造。这标志着吉利张家口整车项目已完全具备了生产整车的资质。张家口项目

张家口重庆同炒A级?

区域布局

全部资金由吉利集团下属子公司——浙江吉利汽车有限公司自筹解决,建设周期预计为两至三年。张家口凯悦整车项目位于张家口市南山产业集聚区中瑞(张家口)中小企业国际合作园中。项目总投资35.9亿元,建成投产后,年产SC11系列乘用车12万辆,未来产品包括CS11(三厢轿车)、CX11(SUV)、CC11(跨界车)以及CH11(两厢车)等。预计可实现销售收入160亿元,实现利润10.5亿元、税金18.8亿元。

重庆

6月23日77岁的现代集团董事长郑梦九出席重庆的北京现代第五工厂启动仪式。这也是自今年3月份巡查美国与墨西哥工厂后的第二次海外活动。

重庆工厂投产后,先期投产一款A0级车型和一款A级车。整车年产能达30万辆,发动机年产能30万台,该

工厂于2017年建成投产后,北京现代的整车总产能将达到165万辆。

根据重庆市发改委的公告,北京现代第五工厂位于重庆市两江新区鱼复工业园,占地面积187万平方米,总投资77.55亿元,将于2017年正式投产。

重庆工厂是北京现代今年宣布投资建设的第二个工厂。4月,北京现代就曾宣布,位于河北沧州的第四工厂正式开工建设。沧州工厂投资74.5亿元,预计于2016年正式投产,整车年产能30万辆,发动机年产能20万台,年销售收入有望达到360亿元。该工厂投产初期将投产新一代瑞纳和新一代ix25。

郑梦九此次访华,是希望加强现代起亚在中国市场上的竞争力。沧州和重庆工厂完工后,现代和起亚两个品牌在中国的汽车产能将从今年的179万辆增至2018年的254万辆。其中,北京现代目前在华已拥有

三座工厂,均位于北京市顺义区,累计年产能达105万辆。根据北京现代发布的数据,2013年该企业年销量就已经突破100万辆,达到103万辆,接近产能上限。由于产能不足,2014年该企业销量仅完成112万辆,2015年销售目标设定为115万辆。

分析认为:吉利张家口“甜咸适中”和北京现代的重庆“老少皆宜”均代表了全球化制造在本地下移制造和引导年轻消费与转型新能源节奏——这是吉利与现代在阶梯市场的转折点。结构性矛盾造成的竞争压力,也导致了不断升级的同质化竞争。所以两家在战略上更快和更强硬地实行改革。

实际上,当“摸耳朵”的福特林肯亮相杭州时,吉利张家口与北现重庆的制造皆从另一角度贯穿了A级车平衡制造链。杭州与张家口重庆各自分别追求着适应不同的阶梯市场口味。主笔 祝虹



本版策划责编 祝虹

10%

美国市场上,中小型轿车销量通常很高,但利润普遍低于皮卡和SUV车型。

近日通用产品总监马可·睿斯表示,雪佛兰中级及小型轿车的新款版本与老款车型相比,每辆车的利润将上涨1500至2000美元。

马可·睿斯称,得益于公司的采购及工程制造方面的规模效益,雪佛兰新款迈锐宝以及科鲁兹将具有更好的利润空间。

此前通用曾希望到2016年能够使北美业务的利润率达到10%,雪佛兰旗下实用型轿车利润提高将有利于公司达到这一目标。

谷歌苹果

雪佛兰品牌为2016年款车型提供谷歌的安卓汽车系统和苹果的CarPlay双系统。

近期现代表示,该公司已开始为索纳塔车型配备安卓汽车系统,其他汽车品牌如福特、Jeep、奥迪、本田以及斯巴鲁等也正在计划使用这一系统。

而苹果的CarPlay系统目前只有法拉利的两款车型在使用,苹果公司表示,奔驰和沃尔沃也曾表示将采用苹果系统,后续其他车企也有可能陆续采用。

贴牌电动车

通用汽车旗下雪佛兰Bolt电动车未来有可能销往欧洲,贴牌欧宝和沃克斯豪尔进行销售。

相比于在欧洲推出欧宝入门级微型车Karl的电动车,通用将Bolt贴

雪佛兰全球平衡术?

经营之道

牌销售的可能性更大。目前Karl在英国以沃克斯豪尔Viva的名称进行销售。

今年1月份,通用雪佛兰Bolt底特律车展亮相,续航里程达200英里,享受联邦税收优惠后售价约为3万美元。最早明年上市。5月,日立宣布为雪佛兰迈锐宝混动版供应锂电池单元,自1999年为汽车供应锂电池来,日立销售电池数已超过500万件,供应车型包括混动版商用车及混动版乘用车等。

意大利刹车系统

意大利零部件公司布雷博已经被雪佛兰选为供应商,为后者的2016款科迈罗车型供应刹车系统。

布雷博将配套的车型包括科迈罗LT以及SS。该公司表示,其所提供的铝制卡钳能够满足科迈罗对轻量化的要求,第六代科迈罗车型较前代车型重量减轻了200磅。布雷博所提供的刹车系统中,转子零件将在密歇根州生产,整个系统将在其密歇根州荷马工厂进行组装。

去年底布雷博宣布,在墨西哥蒙特雷投资3200万欧元建厂,生产铝制制动钳。墨西哥新工厂的产能除了供应在当地生产的OEM厂家之外,同时也会向美国客户供货。

2001年7月,上汽集团东华汽车实业有限公司与布雷博合资组建了BNBS公司,其中布雷博占70%的股份,东华占30%的股份。BNBS致力于汽车制动系统及零部件开发、制造和

销售。

布雷博(南京)制动系统公司的主要产品包括制动器模块化总成、制动钳总成、鼓式制动器总成、制动盘、制动鼓、制动泵缸总成、离合器泵缸总成。国内主要客户有华晨宝马、北京奔驰、上海大众、上海通用、长安福特、上汽跃进等。

全球品牌布局

通用汽车从2013年开始在全球范围内进行品牌布局调整,先是宣布2015年雪佛兰品牌将在欧洲退市,为欧宝腾出空间,之后又推出2017年澳洲品牌霍顿停产的停产规划。2016年韩国雪佛兰取代。

自从1999年以来,通用汽车欧洲业务即主要为欧宝和姊妹品牌沃克斯豪尔,已累计亏损了180亿美元以上。为此欧宝着手推行重组规划,在大力发布新车的同时,2016年之前关闭德国波鸿工厂,削减过剩产能,该工厂成为二战后在德国关闭的首家整车厂。

调整产能

通用将在2016年底在韩国群山工厂投产下一代科鲁兹,目前还计划将韩国生产的雪佛兰创酷通过海运出口到美国,并将Orlando小型跨界车的组装工作交由乌兹别克斯坦工厂完成。

尽管投产科鲁兹将有助于提升通用韩国工厂开工率,但较为高昂的劳动力成本可能会对长期前景造成

影响。此外,通用韩国工厂是否会生产下一代雪佛兰Sonic(爱唯欧销售)尚不明朗。

除调整生产业务外,通用韩国计划在今年推出10款新车,其中包括全新款、改款和采用全新动力总成的车型,并进入更多市场销售。

同比增长10%

2014年全年雪佛兰品牌销售76.7076万辆,根据汽研社数据,2013年雪佛兰品牌全年销售71.5244万辆,雪佛兰同比增长7.2%。2014年雪佛兰赛欧海外销售5万辆,雪佛兰品牌在国内销量为71.7万辆,国内同比增长10%。

三个阶段

雪佛兰第一季度销量178954辆,市场份额3.4%。雪佛兰在中国的发展划分为三个阶段,2005年-2009年是品牌建设期,2009年-2013年成为一个主流的全系列的车型,从去年开始雪佛兰将进入它的第二轮的全球产品和本土的改型换代期。2014年-2018年雪佛兰的第三发展阶段,主要目标是打造进入百万级汽车品牌。雪佛兰要成为年销量百万级的汽车品牌。要成为年轻人、年轻家庭和具有年轻心态的中国新群体,主流新生态群体的首选品牌。这是两个主要的发展方向。雪佛兰品牌全球CEO说。



主笔:祝虹