

车市扫描

2012年第3期(1月10日-1月16日)

主要信息源自全国乘联会每日新闻等

主 编：崔东树

全国乘用车市场信息联席会网站：<http://www.cPCA1.org/index.asp>

目 录

本周车市概述

- 1.1月车市开门红
- 2.节前零售启动早降温快
- 3.自主品牌发展的社会保障改善
- 4.摇号与拍牌方式的反差
- 5.提升主力企业出口竞争力很重要
- 6.北京PM2.5的主因不是轿车
- 7.世界车企的市值也不高
- 8.中国新能源车情况太复杂
- 9.股权是企业的命根子

新品、降价扫描

- 1.2012款奇瑞QQ3正式上市

宏观环境和政策信息

- 1.德国成欧债危机最大受益者
- 2.2012年新增信贷8万亿~8.5万亿
- 3.中国机动车保有量达2.25亿
- 4.油品升级滞后 国四标准再次延期一年半
- 5.上海私车牌照拍卖价格 创造两年历史新高
- 6.汽车三包倒计时 下半年相关法案或将出台
- 7.2011年新能源汽车产销量均过8000辆
- 8.新能源市场“退烧”迹象明显
- 9.山东新能源汽车在“低调”中逆势增长
- 10.十城千辆难达标 新能源车驶向岔路口

新车信息

1. 宝马证实将投产跨界X4车型 2014年发布
2. 一汽奥迪今年推7款全新车型 含Q3/A6L等
3. 先推2.0L/2.4L 迈锐宝将于2月15日上市
4. 北汽将推萨博技术SUV 今明两年集中上市

企业动态

1. 东岳工厂扩建 上海通用年产能直指120万
2. 年考不达标 东风乘用车启动A1计划“破局”
3. 奇瑞汽车成中国首家发行私募债券的车企
4. 长城汽车2011年纯利34.71亿 增28.53%
5. 长安马自达南京自立门户 高层并无变动
6. 刘宏任华晨销售公司总经理 沈毅或升职
7. 刘正均出任哈飞汽车董事长兼总经理

行业动态

1. 上汽整体上市项目近日正式收官
2. 东风发布2012经营目标 拟营收4200亿元
3. 2012北汽计划销售180万辆, 营收达2300亿
4. 北汽银翔获“准生证” 重庆造“北京汽车”5月投产
5. 北汽挥军南下布局华南
6. 安进接任掌门 江淮汽车迎来大变局
7. 黄华琼低调辞离福田 或加盟华泰助力“二次创业”
8. PSA孙晓东从操盘手转为参谋
9. 日产表示不会从郑州日产撤资 将提高占比
10. 宝马去年在华销量达25万辆 同比增长37%
11. 汽车企业发力品牌营销 “大众自造”或成独立品牌

车市信息摘要

跨国集团和海外市场

1. 对抗日元走强 丰田拟将北美打造成大型出口基地
2. 福特加速削减车型平台数量 2013年从11个降为9个
3. 为避免内部竞争 福特削减林肯美国经销店数量
4. 艾克森: 计划数月内控制上海通用50%股份

- 5.通用汽车公司或考虑减产雪佛兰沃蓝达
- 6.欧宝在华定位仍是小众品牌 无意在华投产
- 7.欧洲投资银行出资 支持雷诺集团研发电动汽车
- 8.12月和2011年销量

本周车市概述

1.1月车市开门红

12年1月第一周的厂家销量出现开门红，而且是超级开门红，销量同比11年初增长8%，环比11年12月第一周增长80%。这样的1月开门红预示着12年的市场较好。

12年1月第一周的厂家销量增速回归正常，第二周销量环比第一周下降超过20%，同比11年同期下滑2%，环比11年12月第二周增长5%。但由于上周末乘联会开会，周一的部分厂家人员尚未到岗，因此数据不完整，结论也是待完善。初步估计这样的下滑主要是11年初的销量结转数量逐步释放，而12年初的结转数量释放快，周间的均衡度下降。

由于12月的狭义乘用车各环节数字逐级放大，零售大于厂家批发8万台，厂家批发大于生产2万台，因此1月的厂家有效库存释放能力差，节前热销期的批发给经销商数字难以大幅放大。

2.节前零售启动早降温快

11年的12月零售是平缓的增长，但10年的零售增长是到元旦前戛然而止，11年12月的零售增长具有持续到1月中旬的可持续增长。从厂家内部交流看，1月上旬的零售较好，这是10年初以来的3年里首次的元旦开门红，消费者的新年开新车的心愿终于体现在市场热潮中。零售的实际同比增长超过50%。

但随着春节倒计时的推进，春节倒数第二周的零售没有预期中的火爆。从渠道终端反馈信息看，世界经济下滑影响国内车市还是较明显。由于去年的圣诞节前的国外订单就已经大幅下降，很多工厂提早关门歇业让打工者早回家，而且不关门的工厂也是部分职工提早回家，由此带动的中西部车市火爆提早来临。而随着民工回家节奏的改变，节前的中低端购车也是有所体现，热潮仍在，但高潮不突出。

同时从上面讲的厂家库存和生产能力不足导致终端库存资源无法大幅补充，渠道库存处于合理水平，节前市场促销力度回收，零售热潮也难以持续升温。

3.自主品牌发展的社会保障改善

随着中国经济发展模式转型和改变增长方式成为共识，乘用车自主品牌发展环境逐步改善。近日国家发展银行为奇瑞探索的私募债券10亿元成功发行，而政府采购的工业产权和研发投入等要求强化，这些都是国家对自主品牌发展给予的切实支持。

自主品牌发展仍是在中国市场模式下的探索，随着民营自主对新的市场发展模式的有效探索，而创新技术转化为可持续的商业模式，自主品牌的发展之路也会相对清晰，国有自主在政策护航下会有较快发展。相信今年的自主品牌发展会从去年的谷底逐步回升，这样的趋势会在近期逐步体现。

4. 摇号与拍牌方式的反差

近期的上海拍牌价格又创3.8万的两年新高，而这与北京的摇号模式反差还是很大。北京的摇号模式出现很多的不合法的创新模式，而其成本似乎高于上海的拍牌价格，而北京的摇号数量是上海的近3倍。如何适应刚性需求是新课题。

虽然北京采用摇号模式，保证了不同经济实力层次消费群体的平等权利，但北京的购车档次提升也是客观现实，且北京的摇号群体的购车档次冲动性升级也是较明显的，自主品牌依旧最受伤。

上海的拍牌购车多年来价格相对平稳，没有持续的大幅飙升。当年的4万元于现在的4万元应该是随着通胀而大幅贬值，这样也使很多消费者可以接受拍牌的提高购买成本方式。而北京的拍牌方式是福利性的排队，很多短期无需求的也加入，因此还要甄别是否是刚性需求，这样浪费了更多的公共财力资源，效果也不一定很理想。

计划性消费变成奇迹。随着北京的摇号排队总量增长，摇号中奖成为奇迹，而国人好赌，这也是增强了消费的无计划性。这对社会消费资源也是浪费。

建议应该是摇号与拍牌并举，一部分摇号资源实施拍牌，这样就分流了刚性的高端需求，其他人排队损失的是消费机会，而摇号购车获取的是低成本购车，实现社会资源的差异化满足消费需求。也堵塞了摇号外的灰色通道。

5. 提升主力企业出口竞争力很重要

目前国内汽车出口主体多、滥、杂，出口企业缺少竞争秩序，产品同质化，大量依靠拼价格、低成本扩张。因此国家通过提高自主品牌出口资质门槛的方式，增强企业在海外市场的竞争力。回想国内竞争和中国其他消费品出口增长，市场竞争的主要动力还是优势企业的竞争力提升实现优胜劣汰，简单的限制门槛不一定能弱化竞争。如何给出口表现好的企业更多支持更重要。

中国产品出口的高增长并非限制出来的，而是推动市场竞争让更好的企业脱颖而出，简单的限制增加权力性约束，效果不一定理想。

6. 北京PM2.5的主因不是轿车

洪峰说，形成PM2.5有一个很重要的原因是机动车排放，且造成的影响很大。本市机动车保有量带来的尾气排放是产生PM2.5的主因之一。

根据北京副市长洪峰介绍，在对PM2.5做过分析后得出了它的来源构成，其含量中有22%以上是由机动车排放造成；将近17%是煤炭燃烧产生，包括锅炉供暖、老住户周边散煤的燃烧；有将近16%是施工带来的扬尘；16%以上是工业挥发，比如水泥厂、汽车工业的喷漆、家具厂喷涂；4.5%是农村的养殖、基础焚烧。此外，还有24.5%是属于周边省市带来的影响。

此次分析中又没有分清柴油车与汽油车的PM2.5分担率，这是典型的混淆概念，然后针对轿车等非污染源采取限制措施的解释。而其应急预案更是不可理解，限制车辆出行只能限制轿车，这样的做法是不好的。但需要注意汽车喷漆等的治理需要加速。

7. 中国不应成为世界整车CKD工厂

今日看到韩国双龙新东家马亨德拉宣布，双龙将陆续在俄罗斯、巴西、中国等地开展CKD项目。按照规划，在巴西的CKD项目将于两年内开展，“中国CKD项目，将以更大的规模紧随巴西之后”。

我感觉这是双龙的盲目自负的规划，其很难实现在中国的CKD生产。中国已经明确整车合资项目的不鼓励政策，且双龙这样的企业仍处于风雨飘摇，如果有进入中国组装的可能性，则国内企业必然蜂拥求合作，开始新一轮拼爹游戏，而随后可能的双龙新破产又会使国内企业蒙受更大损失，这些损失必然是国有资产买单。

实施坚定的不鼓励合资政策会关上一般企业的合资之门，让国内企业专心做好现有的企业和产品。而合资之门关上就可能打开引进技术的新方式，这对国内乘用车的发展较有利。与此同时，进口车毕竟实现了改善进口车贸易均衡等国家需要的效果，不鼓励进口乘用车品牌的盲目国产是未来的合理选择。

8. 中国新能源车情况太复杂

今日看到几组关于新能源车的报道，感觉新能源车的情况太复杂。中国汽车工业协会的数据应该是最权威的，其趋势是同比较快增长。而网上报道的上牌数据的新能源大客的销量数据较高，且是负增长的。与此同时的山东报道的新能源车的数量是令人振奋的。这样的复杂情况说明新能源车发展的状态是不均衡的，而且小企业较多，因此数据的复杂性也是可以理解的。

由于地方政府对新能源车的发展带有太强的功利色彩和地方保护主义，因此新能源车的发展散乱、增长波动性大。而地方的功利性实际也是推动行业发展的动力。例如盲目追求gdp也是客观推动了经济的发展。但新能源车的发展出现波动也是地方小作坊式新能源车发展难度太大的体现。新能源车的发展需要改变模式。中央和地方协力发展新能源车的模式不现实，完全中央投资的可行度差。目前还是应该在基础方面多下功夫，新能源车还是慢热过程。

9. 股权是企业的命根子

企业发展的核心基础是股权结构，尤其是合资企业的股权决定未来。此次通用明确加速收回股权是对其自身合理的选择，也体现了通用的高瞻远瞩。

企业经营的再好，经理层控制力再强，股东的股权都是最中决定企业命运的力量。虽然我们有些人总是自卑的说：外方控制技术，有股权也无法发挥作用。但股权是决定企业的最基础的力量。合资企业需要自己的独立生命力，需要实现本土化的稳健运作，本土企业的股权控制是核心。

[返回](#)

新品、降价扫描

1.2012款奇瑞QQ3正式上市

2012年1月9日，2012款奇瑞QQ正式上市。此次上市的新车有0.8L和1.0L两款发动机匹配，而根据配置差异，新车共有八款车型，售价区间为3.09-5.09万元。

分析：2012款的QQ应该是符合节能车标准的竞争力超强的新品，有利于奇瑞的销量与利润双增长。

[返回](#)

宏观环境和政策信息

1.德国成欧债危机最大受益者

半个欧洲都被债务问题所困，德国经济却一枝独秀。一方面，这要归功于德国自身的宏观经济政策和良好经济基础；另一方面，虽然德国也不希望危机发生，但不可否认德国是这场债务危机的最大受益者。

首先，危机为德国带来丰富的廉价劳动力。南部欧洲居高不下的失业率和不断恶化的经济使越来越多专业技术人才到德国寻找工作机会。德国“水泵”正在借机抽取危机国家的优质人才资源。

其次，欧元贬值令德国出口企业获益。虽然占德国出口额40%的欧元区其他国家对德国产品需求下降，但欧元贬值令“德国制造”在欧元区外的国际市场上更加有竞争力。2011年，欧元对美元贬值3.1%，对日元贬值更是超过8%。去年德国出口额则大幅增加了8.2%。

再次，欧债危机把德国推向欧洲政治舞台的中心。欧洲领导人们纷纷来到柏林协调立场、寻求支持，一时间，柏林成为欧洲大陆外交活动中心。德国凭借强大的经济实力成为纾解危机的中坚力量，在“化危为机”、推动欧洲向财政乃至政治一体化方向迈进的过程中重树大国地位。

分析:这也是中国的德系车优势的重要支撑

2.2012年新增信贷8万亿~8.5万亿

汇丰银行大中华区首席经济学家屈宏斌1月11日在上海表示，2012年中国货币政策将维持宽松，未来半年内至少下调存款准备金3次，2012年年中可能降息一次，预计全年新增信贷8万亿~8.5万亿，超过2011年7.5万亿的预估值。

2011年全年人民币贷款增加7.47万亿元，同比少增3901亿元。其中广义货币（M2）余额85.16万亿元，同比增长13.6%；狭义货币（M1）余额28.98万亿元，同比增长7.9%；流通中货币（M0）余额5.07万亿元，同比增长13.8%。部分国

有大行已初步将信贷增速目标锁定14%，工、农、中、建四大行对今年信贷投放规模的总体预估基本都在8000亿元到8500亿元之间。

分析：

3.中国机动车保有量达2.25亿

截至2011年底，全国机动车保有量为2.25亿辆，其中汽车1.06亿辆；全国机动车驾驶人达2.36亿人。

近五年，中国机动车保有量保持较快增长速度，年均增量达1591万辆，2011年全年增加1773万辆。山东、广东、河南、江苏、河北、浙江、四川、安徽等8个省的机动车保有量超过1000万辆，其中山东、广东机动车保有量超过2000万辆。2011年，广东、山东、云南、四川等4个省的机动车年增量超过100万辆，其中广东省机动车年增量最高，达130万辆。全国共有23个城市的机动车保有量超过100万辆，其中，北京、重庆、成都、上海、广州、杭州、天津等7个城市的机动车保有量超过200万辆。

分析:稳健是必然的选择，盲目宽松肯定出问题

4.油品升级滞后 国四标准再次延期一年半

国家环保部日前下发通知称，自2013年7月1日起，所有生产、进口、销售和注册登记的车用压燃式发动机（主要指柴油发动机）与汽车必须符合国四标准。而该标准此前规定的实施时间是2012年1月1日。对于延期的原因，环保部表述为“目前满足国四标准需求的车用柴油供应仍不到位”。

分析：这是垄断企业的投入不足带来的问题，其社会责任意识应属太差

5.上海私车牌照拍卖价格 创造两年历史新高

根据23日“出炉”的上海1月份私人、私企客车额度投标拍卖结果，本月上海私车牌照拍卖均价达38311元，创出两年内新高。

分析：3.8万相对新车的价格并不太高，而这样的效果远好于北京的摇号购车效果

6.汽车三包倒计时 下半年相关法案或将出台

1月5日获悉，中国政府计划2012年建立成品油储备，同时建立国家化肥储备。目前我国已经建成四个原油储备基地，拥有1000万吨原油储存能力。但由于成品油储备库建设需要考虑资金、土地、环保等因素，故成品油储备体系建设一直进展缓慢。此次释放出的提速信号，也被认为是缓解油荒的主要举措。

分析：中国的海外环境逐步恶化

7.2011年新能源汽车产销量均过8000辆

据中汽协不完全统计，2011年汽车整车企业新能源汽车的产销量分别为8368辆和8159辆，比上年有较大幅度的提高。在新能源汽车的产销量中，混合动力汽车的产销量均不及纯电动汽车的一半。中汽协数据显示，整车企业2011年全年共生产纯

电动汽车5655辆、混合动力汽车2713辆；销售纯电动汽车5579辆、混合动力汽车2580辆。分类来看，轿车的占比为61%，客车的占比为28%，其他车型为11%。

分析：对比看的新能源车的不入流的小企业的生产较多，实际情况复杂，未来发展难度大。而结论更是反差较大，车管数据的可靠性似乎更好

8. 新能源市场“退烧”迹象明显

根据车管部门上牌数据统计，新能源客车（含混合动力、纯电动、燃料电池等）2011年1-11月共销售5051辆，占据新能源商用车总销量的89.1%，比去年同期下降3.74%，而去年同期增幅（与2009年1-11月比较）达到90.1%。

按具体车型来看，大中型客车仍然是新能源汽车商业化的主要力量，这主要是因为城市公交客车在行驶中起停频繁、速度要求不高，同时具有良好的示范效应，主要买家为政府事业单位。

分析：新能源客车的退潮体现其示范工程的面子工程难敌经济性差的现实

9. 山东新能源汽车在“低调”中逆势增长

据山东省汽车行业协会统计，2011年山东汽车产品销量累计完成164.7万多辆，同比降低8%多，但新能源汽车产量达6.8万多辆，同比增长14%以上。新能源汽车的快速增长，成为2011年山东汽车行业最大亮点。目前，山东只有两家新能源客车企业进入国家汽车产品目录，需求庞大的低速电动汽车只是获得地方政府的支持。尽管如此，山东低速电动汽车依然迸发旺盛生命力，其中巡逻车销量增速达240%。

分析：没有技术和政策引导的新能源车发展难以持续

10. 十城千辆难达标 新能源车驶向岔路口

截止到2011年10月，全国累计投入9268辆新能源客车，距离2012年末全国共投入24220辆的目标相距甚远，仅完成38.15%。25个示范运营城市中，完成率超过50%的城市10个，仅占城市总数的40%；完成率在30%以下的城市多达14个。”日前，在“全球新能源汽车大会”上，主办方“第一电动网”发布的《2011年度中国新能源大巴示范运营调查报告》如是显示。参与“十城千辆”示范城市摸底调查的专家介绍，实际情况比报告所显示的更不乐观，不仅目标完成比例低，而且从产品可靠性、运营方式、充换电配套基础设施等方方面面，都发现不少问题，“到了具体示范运营之后才发现，要把新能源车推向市场，还有很多问题要解决。

前期示范工程的不理想、中央政府态度的犹疑、总体指导规划的一再拖延，使得2008年启动的“十城千辆”节能与新能源汽车示范工程行至岔路口。“不管是中央政府的态度、地方政府的参与积极性，还是产品技术的成熟度、基础配套设施的跟进，都存在很大的不确定性。”上述业内专家表示。

分析：不能全怪中央政府，很多城市看到这是一个很好的形象工程，而各地的割据发展也使推动困难

[返回](#)

新车信息

1. 宝马证实将投产跨界X4车型 2014年发布

宝马公司日前宣布，未来三年，计划向北美的斯帕坦堡汽车装配厂投资9.9亿美元，投产更多SUV车型，提升产能至35万辆。宝马发言人同时证实计划生产交叉性多功能车X4车型来拓宽它的跨界车市场。按照宝马的时间表，这款全新车型将于2014年发布量产车型。全新的宝马X4定位为运动型的多功能SUV，基于X3车型打造，车身长度比X3稍稍长了2mm，达到4650mm，但由于X4采用的是Coupe造型，所以他的尾箱空间将有所下降，约为500升左右。从效果图来看，X4的前脸以及双肾格栅和灯组等均与X3相同，而B柱之后的车顶线条则完全向X6的跑车车顶靠拢。整体设计偏向跑车风格。X4预计会搭载与X3同系列发动机。市场定位方面，预计X4和X3也将延续X6和X5的互补关系。

分析：国际市场的跨界风格也是不断发展

2. 一汽奥迪今年推7款全新车型 含Q3/A6L等

一汽奥迪正在迅速强化和巩固国产豪华车领导者地位。这不仅来自于2012年的7款全新车型，4S店数量从237家增至300家，更来自于多项领先技术的率先本土化。一汽奥迪总经理薄石表示，“领先科技树立了奥迪品牌在行业中引领者地位，也是奥迪品牌的独特魅力。一汽奥迪执行副总张晓军表示，2012年至少将引进7款全新车型，包括即将国产的新一代A6L及以进口形式率先引入的Q3、进口奥迪Q5全混合动力车型，以及奥迪S、RS运动和高性能系列车型等。

分析：一汽奥迪仍是强化进口车短板

3. 先推2.0L/2.4L 迈锐宝将于2月15日上市

国内媒体报道称从可靠渠道获得消息，新车会在2月15日公布售价，先期会推出2.0L与2.4L发动机，随后于年中补充1.6T车型。雪佛兰迈锐宝是与别克君威同平台设计研发，定位于运动中型车，而外观设计在保留部分家族特征之外，加入像左右对称的方形LED尾灯等时尚新颖的设计元素。内饰设计则延续经典“飞翼式”设计，中控台按钮排列整齐，同时高配车型还装备7英寸翻转式触摸屏(集成了蓝牙电话、导航等功能)。

分析：迈瑞宝的国外表现很好，雪佛兰品牌向上延伸到中高级车有潜力

4. 北汽将推萨博技术SUV 今明两年集中上市

北汽一共从萨博引进了三个平台，这三个平台上诞生的产品将会在今明两年集中上市。其中，第一个平台是萨博95平台，目前，北汽已经在这一平台上开发了C70G，今年就将上市。第二个平台是萨博的93平台，在这个平台上，北汽开发了C60。今年3月份可以开始进行试车，能够确保明年上半年问世。北汽购买的第三个萨博平台是萨博的2400平台，北汽在这一平台上开发的主打车型是C50，这款车是一款大众型的轿车，也就是A级轿车，这款车的所有底盘结构，全盘运用了原来萨博的底盘结构。目前这款车整个的设计已完成，现在第一辆车的装备正在进行，“估计过年前应该能装完第一辆的试制车，很快批量的试车就开始了。”而北汽开发的SUV正是基于这个平台。

除此之外，在这三个萨博平台上还衍生了几个平台，第一个是C80，同时还会推出一个C80的加长版。在这个平台上诞生的车型将是北汽自主品牌的旗舰车型，计划在明年下半年上市。

分析：萨博是基于通用的供应体系，北汽的新车零部件供应体系值得关注

[返回](#)

行业动态

1.上汽整体上市项目近日正式收官

上海汽车此次向上汽集团及上海汽车工业有限公司非公开发行17.83亿股，收购评估价值为291.2亿元的独立零部件业务、服务贸易业务、新能源汽车业务相关公司股权及其他资产，发行价格16.53元/股，重组完成后上汽集团的资产证券化率从81.15%提升至99.34%。通过此次重组，零部件业务和服务贸易板块进入新上汽集团，使上市公司业务产业链向上下游延伸。

分析：充分体现了国有资产的保值和证券市场的增值，圈钱效果不错。而真正的企业运营利润体现在合资公司，与上市无关

2.东风发布2012经营目标 拟营收4200亿元

东风汽车公司发布了2012年经营目标，公司拟销售汽车330万辆，实现销售收入4200亿元。其中,东风公司旗下A股上市公司东风汽车(600006)拟在2012年销售35万辆。

分析：估计这是比较保守的目标，东风日产增20万，商用车估计增10%，其他乘用车板块也会有增长。感觉12年东风理论上应该能到350万台

3.2012北汽计划销售180万辆，营收达2300亿

1月10日，据北汽透露，北汽集团计划销售汽车180万辆，营业收入2300亿元，实现利润总额170亿元。在自主品牌方面，计划形成整车产能40万辆以上，实现C30D、C70G、B40V等产品上市销售；当年产销超过10万辆；实现销售收入超过47亿元。

分析：自主品牌的目标值得关注

4.北汽银翔获“准生证” 重庆造“北京汽车”5月投产

中共重庆合川区委副书记陈刚向记者透露，落户合川的北汽银翔已正式取得国家乘用车“准生证”，今年5月将一期投产15万量乘用车产能，所生产的乘用车产品直接使用“北京汽车”品牌。

2010年8月3日，重庆知名民营摩企重庆银翔实业集团与北京汽车集团签署战略框架合作协议，携手在重庆市合川区打造生产基地生产汽车。重庆银翔成为继力帆、渝安和鑫源等之后第6家涉足汽车领域的重庆摩企。陈刚告诉记者，不同于不少国内汽车品牌动辄数年的漫长等待，北汽银翔乘用车“准生证”获取过程非常顺利。

分析：重庆的零部件优势促进整车发展

5.北汽挥军南下布局华南

增城有广东省内稀缺的整车生产资质，北汽集团便是借重组宝龙轻汽之机，与增城一拍即合。据了解，该北汽华南基地为北汽(广州)汽车有限公司。记者从该公司宣传部了解到，该项目总投资达到362478万元，主导产品为北汽集团自主品牌SUV和MPV等乘用车产品，建设规模为整车生产能力10万辆/年。该项目于2011年6月22日奠基，按计划2012年底实现主体厂房封顶，设备进场安装。预计2013年建成投产。而该项目二期规划产能20万辆，并在原有产品基础上增设轿车产品。

分析：轿车资质估计较难

6.安进接任掌门 江淮汽车迎来大变局

1月10日，江淮汽车(600418)公告，现任董事长左延安将退出第五届董事会，并拟于2012年2月8日正式离任。当日下午，安徽省组织部和国资委宣布了这一变动，江淮汽车总裁安进将接替左延安出任江淮董事长一职。江淮汽车表示，董事会更迭是企业正常行为，左延安是正常退休。不过有报道指出，左延安此时隐退与其在和正道合作新能源汽车犯了“错误”有关。另外，在安徽省政府力导的江淮与奇瑞的合并道路上，左延安一直表现的不配合，因为左延安曾多次公开场合表态，江淮和奇瑞汽车没有整合必要。

分析：独立自强发展的企业才是有活力的，江淮的独立发展赢得一片蓝天，地方企业间兼并重组还没有好的融合方式

7.黄华琼低调辞离福田 或加盟华泰助力“二次创业”

去年5月刚加盟福田汽车的副总裁兼品牌总监黄华琼日前已经低调离职。业内人士猜测，或跟福田轿车生产资质迟迟未获批有关。但福田汽车对此说法予以否认。华泰汽车控股集团常务副总裁兼华泰汽车集团总经理侯海靖向记者证实，华泰汽车目前与刚从福田“出走”的黄华琼接触，希望将其罗至旗下。

分析：福田轿车资质估计较难

8.PSA孙晓东从操盘手转为参谋

“PSA到2020年在中国实现8%是目标也是结果，也是切实可行的。”上周，在PSA亚洲运营部一间狭小的办公室，PSA亚洲运营部市场及产品部总监孙晓东平静地说。孙晓东认为8%的份额既是挑战目标也是结果。“首先，PSA在发动机上的优势非常强，尤其小型柴油发动机，而Turbo技术的汽油发动机，也可以说是领先的，但是目前在中国市场上还没有体现出来。原来合资公司的不太畅顺的问题，似乎也得到了解决。”

要实现如此大的市场增量，今年刚成立的长安PSA无疑将扮演重要的角色，孙晓东认为，对长安PSA而言，首要的是保证首款车型进口DS5成功实现上市。长安PSA生产的是DS系列的小型高档车。他认为，欧洲市场人换车是换同级别的车，或者相接近的产品；而中国现在换车基本上升级版或者跳级的，将来换车的趋向很有可能是小型的高档车，这是长安PSA的机会。

分析：新公司的发展具有不确定性，也是机会。

9.日产表示不会从郑州日产撤资 将提高占比

上周四，郑州日产经销商年会上，公司总经理郭振甫的演讲PPT里首次以其母公司东风股份有限公司副总经理头衔露面。据了解，升任母公司副总后，郭振甫仍继续担任郑州日产总经理的职务。出席经销商大会的日产全球副总裁村上秀仁已经

明确表示：日产不会从郑州日产撤资。而据消息人士透露，日产对这家合资公司的承诺已经落实到实际行动上。

分析：东风调整逐步展开，而日产不撤资也是明智的。

10. 宝马去年在华销量达25万辆 同比增长37%

2011年，宝马集团在中国大陆市场的销售业绩保持强势增长，全年共向客户交付232,586辆BMW和MINI汽车，同比增长37.6%（2010年：168,998）。其中，BMW品牌销售217,068辆，同比增长37%（2010年：158,489）。中国保持了宝马集团全球第三大市场的地位。

在大中华区市场，包括香港、澳门和台湾市场在内，宝马集团2011年共向客户交付了250,658辆BMW和MINI汽车，同比增长37.2%。宝马的旗舰产品BMW 7系销售33,500辆，增长26.2%，连续第三年领先于竞争车型，摘取豪华车金字塔顶的桂冠。BMW X家族系列产品总销量达46,042辆，与上年相比增长27.8%。BMW X车型在全世界市场保持旺销，在中国市场一直供不应求。

分析：宝马的国际市场表现很好，中国走势也是值得关注

11. 汽车企业发力品牌营销 “大众自造”或成独立品牌

“大众自造”致力于打造这一品牌理念。据悉，该项目的核心是一个WEB2.0大型网络互动社区。借助互联网和跨媒体渠道，用户可以实现“虚拟现实造车”，并通过“互动交流”、“创意主题竞赛”等方式进行沟通。中国的社交网络非常发达，而且中国人要买车首先要咨询社交网络，而非向父母或熟人咨询。因此，大众首先在中国推出了大众自造网络互动平台项目。

在“大众自造”项目中三个收获，即，最重要的是未来汽车设计对于环境的影响以及清洁能源的应用。例如轻车身，能够降低能耗；其次是安全性，这不光跟车里面的人有关，还要跟车的外部空间相关，跟行人有关的安全要素等的影响；第三，可能是将中国和世界其他国家区别开来的一个重要的中国特色，就是社交网络的发达性，刚才提到汽车互连的时代已经到来。根据项目在中国的发展情况，“大众自造”有可能成为大众旗下子品牌，推出相应线下活动，成为大众在中国推广品牌的重要内容。

分析：网络创意无限，推动品牌传播效果较好

[返回](#)

企业动态

1. 东岳工厂扩建 上海通用年产能直指120万

上海通用在2011年再度蝉联销量冠军，现有产能已经制约了上海通用的进一步发展，扩产迫在眉睫。通用汽车董事长兼首席执行官丹·艾克森上周在底特律通用汽车总部复兴中心接受记者采访时表示，上海通用即将在华建立新的生产基地，不过他并未透露新生产基地的地址和产能。

东岳三期项目于2010年6月29日正式开工，2011年12月16日三期扩建项目首辆车在新总装车间成功下线，新建车身、油

漆、总装三大车间以及相关配套设施，目前土建施工进入收尾攻坚阶段，设备安装和生产调试正全面启动，预计于2012年5月全面竣工投产。届时，东岳基地整车产能将实现翻番，达到两班年产48万辆。

在2011年9月，上海通用沈阳北盛生产基地三期项目新工厂奠基仪式举行，该项目总投资70亿元，规划用地约2万平方公里，设计年产能为30万辆整车，计划于2014年建成投产，从而缓解在这里生产的雪佛兰科鲁兹及别克GL8的产能压力。东岳、北盛工厂新工厂竣工后，上海通用总产能将一举扩充至120万辆。上海通用明确启动了新的品牌发展和产品规划战略，并提出至2015年实现年产销200万辆的目标。

分析：上海通用的产能扩张起步晚、速度快，未来增量潜力仍大。新基地选择值得关注。

2. 年考不达标 东风乘用车启动A1计划“破局”

东风乘用车副总经理柳玉春对《第一财经日报》记者表示，东风风神今年的任务是销量必须突破6万辆，增长幅度达到100%。同时，在未来的三年之内，风神销量必须连续翻番增长。

在上个月发布的“乾”D300计划中，提出到2016年，东风总体自主品牌销量达到300万辆的目标。其中，东风自主品牌乘用车稳居国内自主品牌乘用车第一阵营，东风品牌乘用车100万辆，其他自主品牌100万辆。为了实现这一目标，东风汽车将加大研发投入，在未来5年之内投入300亿元。到2016年，东风乘用车将形成5个产品平台、13款车型的商品阵容。

分析：东风模式善于创新，数字规模有可能实现

3. 奇瑞汽车成中国首家发行私募债券的车企

国家开发银行主承销的奇瑞汽车10亿元私募债券日前发行成功，私募债券是相对于公募发行而言的定向或非公开发行，发行者向200人以下的投资者发放的债券，我国私募债券市场目前尚处于起步阶段。

国家开发银行综合考虑奇瑞资金需求、资产负债结构及市场需求等因素，为其量身定制“私募债券+中期票据”的融资方案。此次私募债券承销是国家开发银行落实与奇瑞签订的《“十二五”战略合作协议》，为奇瑞提供全方位融资支持的创新之举。2011年4月，国开行与奇瑞公司签订《“十二五”战略合作协议》，约定未来五年开行为奇瑞提供总额430亿元的全方位融资支持。

2011年里，国开行注重创新综合金融服务手段，全面拓展奇瑞融资渠道，先后启动实施奇瑞大连生产基地建设及巴西海外投资建厂项目贷款、私募债券及中期票据主承销、中非基金与奇瑞合作投资、生产线设备租赁、票据理财融资、外汇保函等一系列综合金融服务项目。

分析：相对于高利息贷款，私募债券是对企业很好的支持。奇瑞的资金来源有绝对的保障。

4. 长城汽车2011年纯利34.71亿 增28.53%

长城汽车(2333)昨公布上年度业绩快报，按中国企业会计准则，营业收入按年升31.13%至301.4亿元人民币，纯利按年升28.53%至34.71亿元人民币。

分析：民营企业的发展是可持续的高利润模式，体现了汽车行业的转变发展模式特点。

5. 长安马自达南京自立门户 高层并无变动

已经申报一年多的长安福特马自达拆分一事终于获得了国家发改委的审批。昨天(15日),记者从长安马自达获悉,其位于北京的销售事业部已迁至南京,并以公司的身份开始正式运营。据长安马自达内部人士介绍,原来位于北京的长安马自达销售事业部,目前只留下北区及中区的区域销售工作人员,其他资源均搬至南京,变身为“长安马自达公司销售分公司”。

分析:企业的独立运作趋势明显,简单的兼并合作也是很大灾难

6.刘宏任华晨销售公司总经理 沈毅或升职

原华晨汽车销售公司副总经理刘宏接任总经理之职,沈毅不再担任总经理一职。昨天,华晨汽车销售公司内部人士透露,该消息是在华晨汽车经销商年会上公布的,现已下发文件。

相关资料显示,刘宏历任华晨多个职位,此前为销售公司副总经理。内部评价其“条理性很强、思路很清晰”。此番调整前,沈毅是华晨汽车销售公司总经理兼任华晨控股旗下上海申华控股股份有限公司(以下简称上海申华)常务副总裁。据消息人士透露,沈毅很可能将升任上海申华总裁。

分析:华晨汽车11年总体销量增速快,但随着新品推出,乘用车面临更艰巨的提升。

7.刘正均出任哈飞汽车董事长兼总经理

原河北长安总经理刘正均已于今年1月4日出任哈飞汽车董事长兼总经理,原哈飞汽车一把手吴雪松平级调动到中国长安集团。刘正均在1989年大学毕业后就分配到长安工作,并从一线工人做起。2001年7月至今年1月4日,其出任河北长安总经理兼党委书记,此前在重庆长安担任质量部部长。

分析:新领导的制造体系管理能力应该超强

[返回](#)

车市信息摘要

1.2012年1月8日,底特律车展开幕前夕,通用汽车亮相了2013款凯迪拉克ATS紧凑型豪华车,该车着眼于挑战德国豪华车品牌中的紧凑车型。

2.2012年1月8日,日产汽车和戴姆勒汽车联合宣布,日产美国田纳西工厂将从2014年开始生产梅赛德斯-奔驰四缸汽油发动机,用于戴姆勒奔驰和日产英菲尼迪车型。

3.宝马汽车公司日前宣布,其将在2014年之前向其美国南卡罗来纳州斯帕坦堡(Spartanburg)工厂投资9亿美元,用以提升该工厂的产能。

4.本田汽车公司表示,向美国市场推出新版CR-V以及雅阁,将推动本田品牌在美国市场的销量从2011年的102万辆增长至125万辆。

5.大众汽车旗下斯柯达透露其2014年销量预期字,届时其全球年销量将突破100万辆。

6.德国IG Metall工会日前表示，拒绝向通用汽车让步，不会通过同意降低薪资标准的方式换取公司保留工人岗位。

7.菲亚特-克莱斯勒CEO马尔乔内日前指出，菲亚特-克莱斯勒联盟可能寻求第三位合作伙伴加入，但意大利媒体爆出的“菲亚特与PSA讨论结盟”新闻属于臆测。

8.福特汽车公司日前宣布，其将在美国召回450,426辆SUV以及微型面包车。

9.根据北美年度车型大赛（North American Car of the Year）官方消息，日前现代伊兰特获得2012年北美年度轿车桂冠，而路虎揽胜极光则将2012年北美年度卡车头衔收入囊中。

10.将俄罗斯伏尔加汽车销量计入总量之后，雷诺-日产联盟2011年全球总销量突破800万辆大关，不含伏尔加则为739万辆。

11.据俄罗斯国际新闻通讯社（RIA Novosti）消息，通用汽车公司拟未来5年向俄罗斯投资10亿美元升级设备、提升产能。

12.据路透社报道，中国吉利汽车旗下沃尔沃汽车已经着手更新下一代紧凑型车，并且正在寻找合作伙伴，联手开发新车型。。

13.日经新闻（Nikkei）报道称，本田汽车公司将斥资500亿日元（约6.5亿美元），对其泰国工厂进行彻底检修。

14.日前宝马汽车公布了2011年12月及全年销量数据。整个宝马集团2011年全球总销量接近167万辆，其中豪华车宝马品牌超过138万辆，继续成为全球豪华车品牌中的销量冠军。

15.日前通用汽车公司与德国工会商议将更多车型的生产从韩国转移至欧洲，通用韩国公司首席执行官Mike Arcamone宣布离职。

16.通用汽车公司副董事长Steve Girsky表示，若今年上半年雪佛兰沃蓝达仍不能够达到销量预期，公司将考虑减产沃蓝达。

17.通用汽车日前表示，为了避免旗下陷入亏损的欧宝品牌遭遇破产，正与德国工会商议继续重组欧宝事宜，准备将通用在韩国的雪佛兰产能部分转移至欧宝在欧洲的工厂。

18.通用中国CEO甘文维（Kevin Wale）日前表示，2012年通用汽车将提升欧宝品牌在中国市场的销量，增幅预计为10%，不过欧宝仍将定位于小众品牌（Niche Brand），通用汽车无意在华生产该品牌。

19.现代汽车公司日前表示，其将投资1,500万美元扩建其位于美国密歇根州Ann Arbor市附近的技术研发中心。

20.新的车船税征收标准已于1月1日正式实行，其中，排气量1.0升、1.0~1.6升乘用车以及全省摩托车车船税从2012年起，每年可减少60元，调整为180元、360元和36元。

21.中国兵器装备集团公司副总经理龚艳德9日在集团2012年新闻发布会上透露，2011年该公司汽车销量201万辆，其中

自主品牌汽车销量137万辆，同比增长13.42%。长安品牌价值达到305.15亿元。

[返回](#)

跨国集团和海外市场

1. 对抗日元走强 丰田拟将北美打造成大型出口基地

因日元走强侵蚀丰田汽车公司出口利润，其拟将北美打造成大型出口基地。丰田还表示拟削减其日本国内汽车出口量。早在2011年9月，丰田就曾考虑将出口韩国的凯美瑞转移至美国生产，而非在日本国内生产。丰田北美公司总裁兼首席运营官Yoshimi Inaba表示，目前丰田在美国生产12款车型，每一款车都有出口的可能。

分析：美国市场的潜力巨大，符合丰田的利益，中国则不然。

2. 福特加速削减车型平台数量 2013年从11个降为9个

福特汽车在“一个福特”全球产品开发战略之下，准备加速推车型平台简化战略，将时间节点从2014年提前到2013年，并将从现有的11个平台缩减为9个平台。根据修改后的规划，到2013年福特85%的销量均来自于9大车型平台所衍生出的车型；9个平台将由5个全球车型平台和4个区域车型平台构成。

分析：该决策将加快降低产品复杂性，但如何针对中国市场搞出同级别的很多车型是对福特的考验。中国市场靠车型数量和较高销量的组合取胜，主力市场的单一车型必然沦落为小企业。

3. 为避免内部竞争 福特削减林肯美国经销店数量

福特汽车公司日前宣布，其已将林肯车型在美国的经销店数量从500家削减至325家。福特汽车公司要求林肯的每家经销店投资200万美元翻新展厅、升级服务，目的是为了给消费者提供与其它豪华车品牌相同级别的购车体验。林肯车型2011年在美国市场的销量为85,643辆，与1990年销量鼎盛时期的231,660辆相比，下降了63%。2011年美国市场上最畅销的豪华车品牌为宝马，销量为247,907辆。

分析：福特削减林肯经销店数量主要是为了防止经销店之间的内部竞争，使其能够合力同其它豪华车品牌的经销店进行竞争。

4. 艾克森：计划数月内控制上海通用50%股份

彭博社报道，日前美国通用汽车CEO丹艾克森（Dan Akerson）日前向媒体确认，计划在未来几个月内将其在上海通用汽车有限公司的控股比例从49%提升至50%。受此事件的影响，通用当日股价上涨1.7个百分点，在纽约时间下午1时32分涨至每股23.23美元。

分析：股权的意义是致命的决定性资源，通用的决策完全符合其最好利益。但上汽也是不容易屈服的，其投资通用的1%股权就是损失巨大，这次应该平衡相互投资的损益。

5.通用汽车公司或考虑减产雪佛兰沃蓝达

通用汽车公司副董事长Steve Girsky表示,若今年上半年雪佛兰沃蓝达仍不能够达到销量预期,公司将考虑减产沃蓝达。2011年雪佛兰沃蓝达在美国市场的销量为7,671辆,未能完成通用汽车公司既定的1万辆的销量目标。沃蓝达未能完成销量目标的主要是其因电池起火案受到NHTSA的调查,对其销量造成了影响。

分析:这是一个市场供应与需求的问题,任何好产品都要经受市场的验证。

6.欧宝在华定位仍是小众品牌 无意在华投产

通用中国CEO甘文维(Kevin Wale)日前表示,2012年通用汽车将提升欧宝品牌在中国市场的销量,增幅预计为10%,不过欧宝仍将定位于小众品牌(Niche Brand),通用汽车无意在华生产该品牌。根据甘文维所言,通用汽车在可见的将来仍无意在华投产欧宝,而欧宝经销商也将维持在50家左右,不会显著增加。目前通用汽车各品牌在中国市场总计拥有2,700家经销商。

分析:这样有利于通用未来的中国灵活调整,现有的欧宝产品技术也已经发挥巨大作用。萨博品牌引进已经证明是失败的,欧宝如果破产或者被转让,其中国投入也是为别人做嫁衣。

7.欧洲投资银行出资 支持雷诺集团研发电动汽车

欧洲投资银行1月12日宣布,已向法国汽车制造商雷诺集团提供总额1.8亿欧元(约合2.34亿美元)的贷款,支持其研发电动汽车。欧洲投资银行在公报中指出,这笔贷款将用于在法研制电动汽车的新系列发动机,以帮助欧洲开发电动汽车用锂电池及相关发动机技术的产品和生产程序。2009年,欧洲投资银行曾向雷诺集团提供4亿欧元(5.2亿美元)贷款,支持其与全电动汽车有关的研发和创新工作。

分析:欧洲投资银行是欧盟成员国政府间的一家金融机构,对有助于促进工业化和结构改革的计划以及有利于欧盟整体或其成员国的项目提供长期贷款是其主要业务之一。

8.12月和2011年销量

2011年,欧洲重要的汽车市场中,德国的新车销量为317万辆,同比增长8.8%;意大利新车销量175万辆,同比下降11%;法国新车销量220万辆,同比下降2.1%;西班牙新车销量81万辆,同比下降18%。2011年,欧洲重要的汽车市场中,德国的新车销量为317万辆,同比增长8.8%;意大利新车销量175万辆,同比下降11%;法国新车销量220万辆,同比下降2.1%;西班牙新车销量81万辆,同比下降18%。

2011年印度的新车销量为195万辆,同比略增4.3%,2010年的销量为187万辆。

2011年全年PSA标致雪铁龙涵盖新车及CKD车辆,在全球总销量为3,549,000辆。对比2010年的3,602,200辆,同比下降1.5%。欧债危机使得欧洲车市萎靡不振,而PSA迄今仍倚重欧洲市场,尤其是西班牙、英国和意大利等西欧国家,因而遭遇拉跌。

据南非汽车制造商协会NAAMSA(National Association of Automobile Manufacturers of South Africa)日前公布的数据,南非2011年新车销量同比增长16%。

据土耳其汽车经销商协会 (Automotive Distributors' Association) 统计的数据, 土耳其2011年汽车 (包括乘用车以及轻型商用车) 销量为864,439辆, 同比增长13.61%, 创下土耳其国内汽车销量新高。

据印度汽车制造商协会SIAM统计的数据, 2011年印度的新车销量为195万辆, 同比略增4.3%, 2010年的销量为187万辆。

据印尼汽车制造商协会统计的数据, 2011年印尼的汽车销量为894,180辆, 同比增长16.9%, 与2010年的销量增幅57.3%相比明显下降, 2010年印尼的汽车销量为76.4万辆。

劳斯莱斯日前公布其2011年全球销量为3,538辆, 同比增长31%, 创下历史新高, 此前其销量最高纪录为1978年的3,347辆。2010年劳斯莱斯的全球销量为2,711辆。

欧洲商业协会AEB (Association of European Business) 统计的数据显示, 俄罗斯2011年汽车销量 (包括轿车以及轻型商用车) 为265万辆, 同比增长39%, 并且高于之前预计的260万辆。

现代汽车公司日前公布其2011年在美国市场的销量为645,691辆, 同比增长20%, 2010年的销量为538,228辆。

现代汽车公司日前公布其2011年全球销量为4,051,905辆, 同比增长12.3%, 2010年的销量为3,608,529辆。

[返回](#)