

《全国乘用车市场信息联席会》

商用车市场简讯

2012年2月28日 星期二(第10期)

主 办：全国乘用车市场信息联席会秘书处

商用车分会群：13591302

地 址：上海市曹杨路540号中联大厦1901室

电 话：(021)52680968

E-mail: yzs@126.com chouliangliang@sxtauto.com

新闻概要

1. 打破“四大四小” 车企重组回归市场
2. 上市客车公司分化明显 校车短期贡献有限
3. 进军欧洲 三菱Canter四驱轻卡即将上市
4. 昌智能化的开端 卡车“车联网”陆续登场
5. 大金龙“智慧校车”再证安全性能居首
6. 上汽商用车向宝钢交付MAXUS大通V80
7. 丰田在华押宝混合动力产品 胜选几何难预测
8. 曼恩(中国)2012高效驾驶活动将在京启动
9. 福特:2012汽车市场低迷 商用车较乐观

1. 打破“四大四小” 车企重组回归市场

日前，国务院颁发了《工业转型升级规划（2011-2015年）》《升级规划》中提出，到2015年，中国汽车行业前10家企业的产业集中度要从2010年的82.2%增加到2015年的超过90%，并形成3~5家具有核心竞争力的大型汽车企业集团。

与此前中国的兼并重组政策不同的是，此次新政策最大的亮点，在于不再对重组主体做出明确要求，而是更多地将重组行为的发生交由市场决定，政府的角色将主要体现在协调方面。

《升级规划》中所说的到2015年要将前10家企业的产业集中度从2010年的82.2%提升到超过90%，直接说就是指将前10家企业的总销量占汽车行业全部销量的比例，从82.2%提升到超过90%。

此次《升级规划》的出台，意在推进汽车业新一轮的兼并重组，进一步整治‘散、乱、小’的汽车产业格局。国务院发展研究中心产业经济研究部研究室主任王小明表示，《升级规划》要求，未来企业兼并重组的主导力量将向市场回归，政府在这一领域的职能也将发生变化，由行政命令转变为宏观调控。

在此之前，中国汽车业的兼并重组政策，主要就是2009年出台并实施的《汽车产业调整和振兴规划》（以下简称《振兴规划》）。《振兴规划》明确指出，“四大四小”将成为国家重点支持的重组企业，其中，鼓励上汽、一汽、东风和长安这“四大”在全国范围内实行兼并重组；支持北汽、广汽、奇瑞、中国重汽这“四小”实施区域兼并重组。

值得注意的是，转变重组思路也并不意味着今后中国汽车业的兼并重组进程就会一帆风顺。

有业内人士提醒，政府部门希望转变角色，将兼并重组的行为交由市场决定，但这并不意味着“拉郎配”式的重组模式不会出现。例如，地方政府出于提升当地单一企业规模的想法，往往也会考虑将该地同类性质的企业进行整合，这样的整合并非由企业自发的，因此，其未来的融合前景也必将大打折扣。

[返回](#)

2. 上市客车公司分化明显 校车短期贡献有限

在A股市场中，以宇通客车和安凯客车为代表的客车类上市公司表现活跃，宇通客车股价上周涨幅达到6.38%，刚刚完成的公开配售新股也得到了持有98.59%股权的股东支持，募集资金22.11亿元；而安凯客车的单周涨幅为5.3%。

2012年，我国客车销量的增长态势获得更多投资者关注。中国公路学会客车分会副秘书长余振清公开表示，随着国家在客车行业相关政策进一步明晰，加上社会经济的发展，校车、公交车、团体客车等多个细分市场都蕴藏着可观的需求，因此国内客车销量依然会有比较明显的涨幅，预计2012年将增长12%左右。

在客车板块发展前景被看好的背后，所有的“发光点”能否完全照亮上市公司业绩，成为了另一个焦点。各家客车生产企业将关注点集中于新能源客车、校车等方面，但在这些方面的投入又会有多大的回报呢？这些都成为投资者需要思考的问题。

中汽协的数据显示，2011年列入统计的50家客车企业累计销售客车242065辆，同比增加20063辆，增幅9.04%。其中，大型客车销售80110辆，中型客车销售80440辆，轻型客车销售81515辆，同比增幅分别为13.02%、10.96%和3.67%。

新能源客车逐渐遇冷相比，近期校车概念因为几宗交通事故的发生而引起社会大众的关注。宇通客车作为国内主要的校车生产企业，也参与设计了即将出台的我国校车国家标准，公司2010年销售校车超过600辆，在校车概念的支撑下，公司股价自2011年10月下旬以来涨幅达到46%。

而就投资者关注的校车研发生产情况，从中汽协公布的数据来看，宇通客车2012年1月共计销售3580辆客车，这中间包括多少校车？公司生产的校车是以何种车型为主？

宇通客车证券部相关人士回应称，他目前没有1月份校车的销售统计情况，而公司的校车全部为车长10米以下的产品。

一位券商分析人士分析表示，从她了解到的情况来看，1月宇通客车的校车销量很难超过总销量的10%，但对比该板块中有的上市公司一个月的总销量也不超过1000辆，这一数据尚可接受。

但投资者需要明确的是，宇通客车的校车基本是以轻型客车为主，而每辆轻型客车的售价相对于大型客车而言要低很

多，所以根据宇通客车的情况，即便销售量百分比超过10%，销售金额方面依然不太可能超过10%，短期来看对客车生产企业利润贡献度有限。

[返回](#)

3.进军欧洲 三菱Canter四驱轻卡即将上市

日本三菱Fuso商用车公司宣布，即将在欧洲地区地区销售新款Canter四驱车型。该车的生产地则会选在葡萄牙的三菱卡车工厂，在二月下旬开始生产。

据悉，Canter轻卡的四驱车型将是首次在欧洲地区销售，此次销售的轻卡是重重量为6.5吨的车型，将配备排量为3升的4P10柴油发动机，最大输出功率则达到了129千瓦。这款轻卡的最大载荷可达3.5到3.7吨。为了应对一些复杂的道路环境，整车提高了离地间隙

[返回](#)

4. 智能化的开端 卡车“车联网”陆续登场

2011年之前，一个名为“车联网”的词汇开始出现在百度的热门搜索中；2011年之后，众多附有“车联网”意义的产品瞬间覆盖了商用车市场。如果说2010年，是国内商用车行业引入车联网系统的元年，那么2011年便是车联网系统风起云涌的一年。越来越多商用车企业的投入，将车联网系统推向了行业发展的最前沿，也使“车联网”成为2011年不得不提的最热词汇之一。

然而，车联网系统在客车界内的火热兴起，只是国内商用车行业智能化的开端。在客车企业纷纷打出“智能牌”的同时，卡车企业也悄然加入到车联网的行列中。

2011年4月12日，国内最大的商用车企业福田汽车，联合我国北斗卫星位置服务供应商、3G无线通讯供应商、网络软件开发商、网络设备提供商等产业链资源，成立了以中国自主品牌为主的“北京汽车物联网产业联盟”。福田汽车、中国联通、中国移动、中国物流与采购联合会、中国仓储协会专业委员会、北斗星通、华胜天成、四维图新、神州数码等18家企业和机构成为该联盟的首批发起单位。

越来越多的商用车企业投入到“车联网”项目当中，推出具有自身品牌特点的智能系统，让商用车行业陷入了“群雄乱战”的局面。而产品种类的增多，也让“车联网”系统在实际应用中暴露出许多问题。

这种局面下，多数企业也已意识到问题的重要性，越来越多的企业开始站出来呼吁建立一个统一行业规范。他们认为，

由政府来制定统一的“车联网”标准，可以让主机厂在生产过程中有章可循，最大限度地规避不必要的损失，在给企业和客户带来最大利益的同时，也能使“车联网”系统朝着更积极、更有效的方向发展。而随着企业的思考、客户的需要、产品的提升和制度的建立，车联网系统势必将从群雄争霸的状态走向统一。

[返回](#)

5. 大金龙“智慧校车”再证安全性能居首

2月15日，由大金龙研发的国产智慧校车于在2012国际校车展览会上全面亮相，其搭载的“智慧运营管理系统”因概念独特、思路新颖、技术领先，受到业界和媒体的关注，“智慧校车”一时间名声大噪，22日，国产智慧校车成功通过侧翻试验，再次证实了该车的性能居业界之首。

2月21日，在中国汽车技术研究中心，大金龙新款长头“智慧校车”XMQ6900BSD4型长头校车，顺利通过专用校车强制性安全侧翻试验，试验结果显示：侧翻试验过程中，侧翻临界角为42.4度，远高于新国标35度的要求，侧翻后车身骨架几乎没有发生变形，车厢内生存空间未被侵占，车尾部的应急门可以正常开启，各项指标完全符合国家标准。让记者惊讶的是，侧翻后的校车，用吊车调正后，司机仍可发动车辆，并从容驶离现场。

大金龙技术总监周方明介绍，此次金龙校车侧翻试验的优异表现，得益于公司在校车研发过程中秉持了“安全至上”的设计理念，车身整体结构安全性一直都是大金龙的强项，早在2003年大金龙就开始接受欧盟的侧翻测试，在高强度车身骨架研制方面已有深厚的积累，针对校车，又做了更多的优化和改进。

据了解，XMQ6900BSD4采用校车专用底盘和车身结构，整车重心较低，提高了车辆转弯时的稳定性，大幅降低校车在高速行驶时发生侧翻的可能；该车运用了大金龙博士后工作站最新研究成果--“3H”高强度校车车身，车身结构为“3H”高强度车身闭环结构，可大大抑制侧翻过程中车体的变形，全方位保护乘员生存空间不受侵犯。

从测试数据来看，XMQ6900BSD4的安全性能已经超过了澳大利亚和欧盟国家的校车安全标准。

[返回](#)

6. 上汽商用车向宝钢交付MAXUS大通V80

24日，MAXUS大通V80正式交付宝钢集团。在主题为“强强联手 龙年大通”的交车仪式上，宝钢集团和上汽集团多位领导莅临出席。与会领导表示，这次交付，不仅是对MAXUS大通V80产品国际品质标准的肯定，也是国内最大钢铁企业宝钢与最大车企上汽集团之间的一次强强联合。

宝钢本次与MAXUS大通牵手，不仅是因为对同属世界五百强的上汽集团综合实力的品质和认同，MAXUS大通品牌的影响力和V80产品的卓越品质、出色的性能也未两家企业的强强合作获得更多的价值共鸣。

此次交付的MAXUS大通V80是上海汽车商用车有限公司以欧洲商用车设计标准、节能环保前沿理念，并结合舒适驾乘体验为消费者倾力打造的国际基准商用MPV，适用于移动商务、通勤旅游、兼具城市物流和特殊行业专用用途，轿车化的前置前驱技术，全承载式双移门车身设计，欧洲商务车安全标准，从技术层面树立了轻型商用车领域的标杆。

再次基础上针对一些特定用户，制定方案，行程标杆，如家装GPS定位系统，货箱有一定高度，宽度，方便叉车上货等。与会者对大通V80车型进行了深度体验，前置前驱技术带来的车身稳定性以及操控性在试驾过程中显露无遗。与VM发动机变速器的匹配带来良好的加速性和平顺性，专业调教的地盘结构使乘坐更加舒适，全承载式双移门车身结构带来上下车和运输作业的便利也在实际演示中得到验证。

MAXUS大通品牌发布至今接近一周年，作为欧洲最具实力的商用车品牌之一及国际基准的商用车MPV品牌，同宝钢集团的成功合作，也将深化和提升MAXUS大通的品牌形象。

[返回](#)

7. 丰田在华押宝混合动力产品 胜选几何难预测

22.98万至26.98万元，丰田第三代普锐斯在华面市可谓是打出了“低价”牌。虽然这一价格比在美国面市的普锐斯要贵，但考量到当地税收占比40%的因素，丰田甩出这样一个价格，不免让人对绝大多数零部件仍依赖进口的普锐斯的利润捏了一把汗。

但这个定价显然与丰田的在华战略密切相关。“我们这次是要动真格地普及混合动力普锐斯。”丰田汽车研发中心（中国）有限公司，（简称“TMEC”）总经理山科忠本月24日接受《第一财经日报》采访时表示，TMEC的研发工作很主要的一个部分便是混合动力的研发，其中对于混动的关键的零部件开辟都将在此进行。

而在宣传推广方面，一则以铁臂阿童木为主要形象的名为“云动”的广告已经在媒体亮相，据了解，3月1日将宣布的丰田全新战略将以混合动力技术为诉求核心，将节能环保特性作为其产品的核心宣传元素。

从研发到产品，从战略推广到调整组织架构（丰田之前刚决定将中国部全部决策团队移至中国），可以看出，从王者宝座上跌落第三的丰田在中国马上打出一组重度组合拳。而这些战略战术环绕的核心便是混合动力。

押宝混合动力能否撬动中国市场，首先要过的恐怕便是成本关。要减低普锐斯的成本，必须想办法尽快实现国产化。山科忠也坦承，混动确实有一些特殊的零部件实现国产化不太方便。但他表示，TMEC将把核心零部件国产化作为研发的重心，同时会与两家合资企业密切合作，做好零部件的匹配工作。山科忠还透露：“将考量本土供给商，这有利于推动国产化。”不过，TMEC正式运作要到2013年，国产化的推动应该并不轻松。

其次，政策因素不可小视。当前国家在新能源方面的补贴政策，普锐斯并不沾边。但丰田显然对此有所准备，“政府不会制定相关补贴是政府考量的事。作为丰田来说，会坚持混合动力这个研发方向。”山科忠说。丰田汽车（中国）投资有限公司执行副总经理董长征则表示，当前对混合动力车是按发动机标注的耗油标准来交税的，但混合动力车的油耗其实大大低于这个标注。短期来看，普锐斯不大可能借到政策的光。

接连经历了2010年的全球召回和上一年的地震重创的丰田要想在中国来个混合动力大进发，更为关键的一个因素还在于品牌整合。当前丰田在中国的市场份额是5%左右，这与其早年制定的10%的目标相差很远，在华两家合资公司虽然各有优势，但不免单打独斗，未能形成品牌合力。特殊是与竞争对手大众相比，丰田在统一品牌核心价格方面略显混乱，在品牌投入上也相对较少。假如能借混合动力这张牌实现南北品牌整合，就算眼下在普锐斯上“赔本赚吆喝”了，长远看，形成品牌合力将助其在中国市场再扩张，而中国市场胜算与否也是决定丰田能否重回全球老大的关键。

[返回](#)

8. 曼恩(中国)2012高效驾驶活动将在京启动

3月1日，来自全国各地的曼恩(中国)合作伙伴、经销商、卡车用户将汇聚北京，与曼恩商用车辆（贸易）中国有限公司总裁林建兴等领导一道，共同见证曼恩“2012高效驾驶活动”的正式开启。这意味着，未来一个月国内将再度掀起一场高效、节能的驾驶盛宴。

“此次活动不同于往届，在活动规模、形式及内容上都将是空前的。”据曼恩商用车辆（贸易）中国有限公司市场部经理孙旻介绍，本次活动将在北京、上海、温州、广州先后开展，覆盖了高端重卡市场的前沿阵地。

而曼恩“2012高效驾驶活动”以坚持和深化“持续高效”为宗旨，将通过ProfiDrive、客户承诺理念的推广、产品讲解以及实地操作等环节，将让用户得到充分了解和切身体验。此外，在这次活动中，将采用曼公司旗舰产品TGS/TGX重卡为主力体验车型。有这样一款国际化高端重卡的相伴，参与活动的驾驶员及各地用户能够从驾驶体验中得到更多乐趣。

作为“2012高效驾驶活动”的核心环节，“高效驾驶培训”无疑是此次活动最大的亮点之一。为了更好地展现曼恩商用车一直倡导的“持续高效、节油、专业驾驶”驾驶理念，曼公司特地从德国邀请高效驾驶的培训专家，采取一对一的培训模式，结合理论培训和实操演练，一方面带来更为先进和专业的驾驶理念与方式，另一方面，通过传授合理的操控技巧，帮助驾驶员提升车辆的燃油经济性，保证高效率运行，从而创造出更多的经济效益。

此次活动可以看作是曼恩经营理念的一种传承和延续。实际上，高端的产品、高效的驾驶理念决非一蹴而就，都是经过

了长期的实践积累与市场沉淀。早在2009年，作为全球商用车巨头的曼恩公司便推出了“Consistently Efficient”的品牌主张，即“持续高效”。该主张一经提出，便迅速扩散到全球各地，并于当年引入中国卡车市场。

经过三年的市场培育，曼公司在中国渐渐走出了一条独特的商用车之路：产品价值、服务价值、团队价值和社会价值融合交汇，对“持续高效”进行具体而透彻的中国本土化运用，并以自己的行动，践行着“全价值”的深刻含义。

对于举办“高效驾驶活动”的初衷，曼恩商用车辆贸易（中国）有限公司总裁林建兴表示：“高端商用车竞争不仅仅体现在产品、价格层面，更多的是综合实力的核心竞争。为了提高市场竞争力，曼恩商用车将‘全价值’理念深入到产品销售的每一个环节，包括产品、服务、团队等多个领域。”

据了解，曼恩商用车“高效驾驶活动”自2009年就开始举办，该活动已然成为曼恩品牌在国内市场的一个重要标志。今年已经是该活动的第四个年头，现如今，曼恩“高效驾驶”活动已然得到众多用户的好评，该活动所倡导的“高效驾驶”理念也已深入人心。

总部位于德国慕尼黑的曼恩商用车辆股份公司是曼集团旗下最大的股份公司，也是世界领先的商用车制造商和运输方案供应商。2011财年，曼恩商用车辆股份公司共售出155520辆卡车、客车及客车底盘，创造了126亿欧元的骄人销售业绩，达成利润5.65亿欧元。

曼恩商用车辆股份公司产品种类覆盖中/重/超重型卡车、特种车、城市客车、豪华车、高端发动机和车用零部件等，生产基地和服务网络遍布世界各地

[返回](#)

9. 福特:2012汽车市场低迷 商用车较乐观

福特汽车公司(Ford Motor Co., F)亚太和非洲地区总裁Joseph Hinrichs预计，2012年中国汽车市场将增长5%左右，他还预计，由于中国的政策激励力度日趋下降，汽车销量增速将连续第二年放缓。

据悉，福特汽车公司1月份汽车销量同比下降41.9%，至30,976辆，原因是农历新年假期使当月购车天数减少，同时库存水平也有所下降。福特2011年汽车销量为519,390辆，较2010年增长7%。

Hinrichs表示，他预计下半年汽车销量将有所反弹，特别是商用车。2011年商用车销售因信贷紧张而受到打击。福特与江铃汽车股份有限公司(Jiangling Motors Co., 000550.SZ,简称：江铃汽车)共同组建了一家商用车合资公司。

中国2011年乘用车和商用车总销量1,851万辆，较2010年增长2.5%。

[返回](#)

