

《全国乘用车市场信息联席会》

商用车市场简讯

2012年2月29日 星期三(第11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. 安徽：打造5000亿元级以上的汽车产业
2. 北京今年实施国五 力争2016达到欧六排放标准
3. 三一重工牵手帕尔菲格 加速海外布局
4. 沪陕晋试点甲醇汽车 或可取替柴油
5. 2011商用车关键词解读：国际化
6. 东风股份：六举措支撑“新315计划”
7. 纳威司联手江淮抢滩中国节能商用车市场
8. MAXUS大通携手“光明行者” 企业经营与社会责任并举
9. 商用车盲目扩大产能 今年压力有点大

1. 安徽：打造5000亿元级以上的汽车产业

从两会获悉，安徽省将重点围绕汽车和装备制造等主导产业，打造若干个5000亿元级以上的大产业。（合肥）积极推进江汽集团轿车二期等一批重大项目建设，完善国家汽车及零部件出口基地等平台功能。（芜湖）发挥奇瑞等大企业的优势，打造汽车及高端装备基地。

安徽合肥市产业重点围绕新能源汽车等产业成长壮大，支持安凯新能源客车等一批重点企业发展和项目建设。

[返回](#)

2. 北京今年实施国五 力争2016达到欧六排放标准

北京市今年将在全国率先执行更严格的机动车国五排放标准，力争在2016年与国际接轨，实施相当于欧六排放标准的新车准入标准，有效控制机动车排放污染物。

日前，2012年首都能源与经济运行调节工作会举行。记者从北京市发改委获悉，北京PM2.5构成中，燃煤排放比例占16.7%。今年到“十二五”时期，北京将推动能源清洁转型，2015年五环内基本无燃煤供热。

与此同时，还要控制机动车污染排放，力争2016年实施新车排放欧六标准。

其他亮点：

今年，本市将完成东西城1万户非文保小煤炉清洁能源改造，并启动五环内简易楼和城中村无煤化改造。同时，北京正全力推进四大热电中心建设。此外，还将加大新能源的发展步伐，2020年太阳能等新能源的比例要达到8%以上。

2015年，将煤炭消费控制在1500万吨以内；到2020年，煤炭消费控制在1000万吨以内。在能源消费总量中煤炭的比重控制在10%以下，燃气和电力的比重超过60%，太阳能等新能源比重达8%以上。

[返回](#)

3.三一重工牵手帕尔菲格 加速海外布局

三一重工28日与奥地利帕尔菲格公司签署协议，双方将成立两家合资公司，各持有50%股份，双方将在随车起重机领域进行全面合作。两家合资企业的建立都已经得到有关当局批准。

据了解，新成立的三一帕尔菲格投资总额9亿元，注册资本为3亿元，将针对中国和全球市场，主要在长沙生产和销售帕尔菲格的随车起重机产品。另外一家新成立的帕尔菲格三一将借助其在萨尔茨堡的注册办事处，在中国以外的海外市场分销由三一重工生产的汽车起重机。

帕尔菲格公司首席执行官赫伯特·奥特纳指出：“这两家合资公司的成立，是公司在国际化战略上的大步迈进。中国将成为公司的第二个市场，而公司在海外市场的销售渠道及合作伙伴也将增强三一产品在海外的销售。”

三一重工董事长梁稳根表示：“与帕尔菲格的密切合作是进军全球市场和随车吊领域的重要一步。公司将利用帕尔菲格密集且国际化的销售和服务网络来提升三一汽车起重机的全球化。”

设在长沙的三一帕尔菲格SPV设备有限公司将开发和生产随车折臂起重机和伸缩臂起重机，中期目标是30%的市场份额。三一帕尔菲格SPV设备有限公司将在三一重工附近建立新厂，生产能力将达到1万台起重机。首先，将针对中国市场连续生产

10台标准的起重机样机；第二步，帕尔菲格其他产品如集装箱装卸系统，尾部升降机和高空作业平台，将被纳入生产和销售整合。该公司将在2012年开始运作，2013年达到全面运营效果。

帕尔菲格三一汽车起重机国际销售公司将成为国际销售和服务公司，并在欧洲和独联体国家独家分销三一重工的汽车起重机。此外，在美洲市场开发随车起重机的计划也已经完成，公司将积极地开始运作，年底将实现全面运营产能。

资料显示，2010年有大约9000台折臂式起重机和伸缩吊杆式起重机产自中国，年增长量超过20%。预计到2017年，中国的随车起重机市场产量大约达到3万台起重机，将占全球市场份额近一半。

[返回](#)

4. 沪陕晋试点甲醇汽车 或可取替柴油

据报道，工业和信息化部有关负责人2月28日说，工信部决定在山西省、上海市和陕西省开展甲醇汽车试点工作。试点工作将坚持积极稳妥、安全第一的总体要求，严格按照限定地域、限定燃料、限定用车的原则推进。

这位负责人说，经过2-3年试点工作，要完成对高比例甲醇汽车适用性、可靠性、经济性、安全性、环保性评价；明确甲醇汽车产品相关技术规范，制定主要标准，建立甲醇汽车相关标准体系；提出高比例甲醇汽车替代燃料相关配套基础设施改造、建设和管理规范；研究提出甲醇汽车产业政策建议。

“尽管甲醇汽车已有多年的应用实践，但甲醇燃料及汽车客观上还属新兴领域，油与车的适应性有待进一步检验和提高，甲醇燃料和汽车的安全性有待在实践中进行全面验证，甲醇作为车用燃料，在加注、汽车运行等过程中对人体健康的影响还需要做进一步评估。”这位负责人说。

我国开展甲醇汽车研发和应用始于上世纪80年代，已形成了从技术到产业化以及配套基础设施建设条件。“十一五”以来，《车用甲醇汽油(M85)》和《车用燃料甲醇》两项国家标准颁布实施，甲醇汽车开发、试验等取得积极成果，特别是在柴油机上实现了技术突破，为甲醇燃料代替柴油提供了可能。

工信部从2009年起启动了甲醇汽车相关研究工作，重点开展了高比例甲醇燃料替代汽油、柴油研究，组织专题研究组对甲醇汽车所涉及的能源、环保、安全等问题进行了综合研究。

目前的研究表明，甲醇作为车用替代燃料技术上已不存在大的障碍，常规排放较清洁，非常规排放物中甲醛排放与柴油相当，在遵守操作规程下甲醇燃料不会对人体健康产生不利影响。从近期看，甲醇作为车用替代燃料是我国替代汽油和柴油的一种选择，从中远期看，甲醇作为车用替代燃料对我国能源安全也具有战略意义。

但多年来由于社会上对甲醇汽车的甲醛排放、安全性等问题存有争议，总体上进展不大。

[返回](#)

5. 2011商用车关键词解读：国际化

国际化之一：出口大单不断

2011年，是中国经济环境最为复杂的一年。“降”，成为这一年的经济主旋律。银根紧缩、信贷降温、股市低迷……一系列的经济因素无不在影响着与国民经济关系最为紧密的商用车行业。然而，与国内“降声一片”的市场相比，2011年中国商用车的海外销量却是可圈可点。

据中汽协数据显示，2011年，我国商用车累计出口338216辆，同比增长29.12%。其中，货车出口量达259140辆，同比增长27.06%；客车出口量累计达43950辆，同比累计增长55.84%；半挂牵引车累计出口23478辆，同比增长18.19%。

除了继续保持原有的强势出口区域外，2011年中国商用车企在开发其他地区市场方面也有所建树。尤其在发达国家市场，多家中国商用车企的产品顺利获得了欧美地区的认证资格，如大金龙礼宾车通过欧盟CE认证和德国TUV认证、华菱重卡顺利通过欧盟认证资格复审、锡柴CA6DM2发动机通过欧盟欧 认证等。这意味着国内商用车企业已经具备走向发达国家市场的资质，并已成功打开通往发达国家的大门。

国际化之二：海外建厂动作频频

产品出口只是国际化战略的第一步，当产品在国外市场形成一定规模后，建设海外基地便成为商用车企深耕国际市场的必然之举。

客车方面，2011年11月，比亚迪与阿根廷工业部签署协议，计划在阿根廷投资建厂生产电动公交车及锂电池；2011年12月，中大集团与美国Zonda USA就合作生产新能源客车以及开拓美国客车市场等事宜签订战略合作协议。

此外，设立销售公司等形式也成为商用车企深入海外市场的重大举措。2011年，东风汽车提出在南非建立首家海外市场落地营销公司，按照规划，在实现落地营销后，东风汽车将派遣自己的营销团队直接面对南非当地市场，与南非合作方共同研发适应当地需求的细化车型。

由此可见，中国的商用车企正通过一系列战略举措，逐步扩大全球商用车市场的版图，使其国际化道路走得更加坚实。

国际化之三：合资合作迈出新步伐

2011年最受业界关注的一场“跨国婚礼”，莫过于福田与戴姆勒的“联姻”。历经九年，双方终于在2011年12月取得营业执照，并计划于2012年2月举行合资公司揭牌仪式。

在俄罗斯，2011年7月，北京汽车集团有限公司与俄罗斯AMS集团签署协议，成立合资汽车制造企业BAW罗斯汽车有限公司。新成立的合资公司总投资为1.76亿美元，其中北汽集团所属北汽有限、北汽国贸和BMC的股本比例分别为42%、8%和50%，规划年生产能力为6万辆商用车，产品涵盖轻型载货车和中重型载货车，将全部以北汽的BAW品牌在俄罗斯市场销售。

俄罗斯一直是中国商用车企十分关注的海外市场。但自全球金融危机开始后，俄罗斯就单方面采取了各种关税与非关税政策限制，使得这个市场成为可望不可及的一块大“蛋糕”。如今，俄罗斯政府重新审视汽车工业对国民经济的重要作用，出台了新的政策措施，为国内商用车企开拓俄罗斯市场创造了新的机会。此次北汽与AMS集团成立的这家合资公司，便是继全球金融危机后，中国汽车集团在俄罗斯成立的首家合资公司。

[返回](#)

6. 东风股份：六举措支撑“新315计划”

从东风汽车股份2012年质量工作会上获悉，该公司今年拿出六项重要品质管控举措，强力支撑“新315计划”决战决胜。这六项措施包括构建公司统一品质管理模式，提升设计开发品质保证水平，提升供应商质量管控水平，锤炼市场改善能力，锤炼供应商工程保证能力，锤炼市场服务保障能力。

据质量工作报告中显示，2011年，东风汽车股份质量管理体系运行有效，同时在新品品质管控，量产品质管控，部品品质管控，市场品质管控等方面成效显著，VES(CS-VES中重型商用车客户评价基准，LDT-VES指3.5吨以下轻型商用车客户评价基准)、品、PPM(纳入不良品率)，PPI(售时换件率)指标，整车资金赔偿率四大质量KPI指标全面达成，同比VES评价得分均优于竞品。

针对2012年东风汽车股份“新315计划”决战之年，该公司提出要以打造一流的质量竞争优势来确保决战决胜，分别从产品设计开发、零部件供应、产品制程控制、市场改善、服务保障等全过程提出六项品质管控措施。

“公司的全体员工都要坚决地树立“质量第一”的理念，打造一流的品质竞争优势”卢锋在会上强调，“新315计划”决定性的成败在于产品质量水平。“全体员工要借会议的契机，转变员工的旧有观念。”卢锋说，未来的十年，我们一定要牢固树立“质量第一”的理念，以卓越的品质竞争力去赢得更多市场。坚决抛弃“差不多”“还不错”的思想，力争在质量上高于竞品一个等级。同时要借A08和W03上市的机会，将公司对新品质量的把控、流程都做到更好。

卢锋指出，要把服务客户放在更加重要的位置，要把对客户最紧急的问题优先解决。站在客户角度，为产品质量把关。同时要优化内部工作流程，力求缩短服务时间。他希望各事业单元要加强培训、学习与交流，构建更加先进、更加高水平的质量体系，构建更高水平的质量标准，为公司发展带来新的质变。

[返回](#)

7. 纳威司联手江淮抢滩中国节能商用车市场

每次在中国开办活动，纳威司达（中国）总裁万如意（Rudi von Meister）都不忘给宾客们准备一份特殊的礼物：一张1953年版由中国人民银行发行的1分钱纸币。这张纸币上的解放牌卡车，其最早的技术原型就来源于纳威司达的International卡车。

“政府提倡的新能源汽车由于各种原因火不起来，汽车厂家只有不断在汽车发动机燃烧领域和尾气排放方面进行研究。而随着以后国家法律对这方面要求更加严格，如果技术好在国内市场的空间是可以想象的。”一位新能源行业分析师说。

显然，尽管从2011年数据看，商用车的产销呈下降趋势，但此番纳威司达和江淮汽车的合作，却看中了“节能”商用车的市场。

而在工业和信息化部中国企业品牌研究中心副主任黄琦看来，中国市场前景仍具潜力，但纳威司达的历程会很艰难。

事实可能确实如此。2月24日，在2012年首都能源与经济运行调节工作会上，北京市发改委称，北京市今年将在全国率先执行更严格的机动车国五排放标准，力争在2016年与国际接轨，实施相当于欧六排放标准的新车准入标准。

纳威司联手江淮抢滩 中国节能商用车市场

“政策引导是很重要的，但是提高排放标准需要时间和技术。”雷宁说，“对于纳威司达来说，这是个机会。”

据了解，目前世界上主要有美国、欧洲和日本三个汽车排放法规体系，其他国家主要是不同程度上的采用这些法规和标准，又以美国、欧洲法规采用较多。与欧洲标准相比，美国法规更加严格。

据了解，国外车企要进入中国市场，按规定需要找一个内资合作平台，在众多潜在的伙伴中，纳威司达“牵手”江淮汽车。

根据纳威司达与江淮汽车的协议，发动机合资项目将引进纳威司达旗下的迈斯福（MaxxForce）牌柴油发动机，产品达到欧IV和欧V标准。整车合资项目则将销售江淮格尔发重卡以及万国Transtar多个品牌的产品，并借助纳威司达与卡特彼勒的技术与管理经验，借助江淮对中国市场的了解与营销网络，共同开发适合中国市场需要新一代的中重卡产品。

据中国汽车工业协会统计，2011年销量排名前十位的商用车生产企业的销售量占全国总量的70%，其中江淮汽车以27.05万辆的成绩位居第五。

“纳威司达之所以选择江淮，正是看中了它是一家成长迅速的中国汽车企业。”前述业内人士称，江淮汽车之所以愿意跟纳威司达合作，“目前国内重卡的主流厂家基本是日系、欧系等，江淮可能希望通过这次合作改变市场的方向。

[返回](#)

8. MAXUS大通携手“光明行者”企业经营与社会责任并举

2012年2月28日，上汽MAXUS大通——中华健康快车基金会的公益合作正式启动，上海汽车商用车有限公司向基金会提供4辆V80商用车作为2012年度健康快车火车医院的服务用车，并捐赠45万元人民币。

“中华健康快车”是我国惟一流动的从事慈善医疗扶贫治盲服务的眼科火车医院，四辆列车分四条线路常年为国内贫困的白内障患者送去免费的手术治疗，目前已经累计为中国近20万白内障患者送去光明。上汽MAXUS大通在品牌发布一周年之际推出公益举措，彰显其品牌百年传承的公益传统，获得了社会各界的高度认可。

在启动仪式上，卫生部前副部长、中华健康快车基金会副主席兼秘书长殷大奎教授指出：“此次合作，既是基于对上汽MAXUS大通V80车辆性能的认可，更是理念的共鸣，我们欣赏上汽集团一直以来积极承担企业公民社会责任的传统，也赞赏MAXUS品牌在海外百年来热心公益的声誉。”上海汽车商用车有限公司总经理蓝青松接受媒体采访时表示，“此次合作既是对MAXUS大通既有成绩的认可，又是MAXUS大通企业经营与社会责任并举的新起点。上汽商用车将牢记企业的社会责任，继续进行公益，为社会提供企业力所能及的资源帮助”。蓝总在接受采访时也对中华健康快车基金会及环球健康与教育基金会给予MAXUS大通的信任表示感谢。环球健康与教育基金会由世界知名的慈善家肯尼斯·尤金·贝林先生创立，此次合作由三家共同促成，旨在为各国促进当地的健康与教育事业，并带入国际先进的公益合作理念。

“健康快车”源起于香港回归时香港各界人士送给内地人民的礼物，也是中国唯一建在火车上的眼科医院。它由4节车厢组成，配备了完善的医疗设施和技术精湛的眼科医生，沿着铁道线，常年为贫困的白内障患者送去免费的手术治疗。在中国农村，有数百万名因白内障而失明的人，因为贫困和医疗条件不足，无法得到治疗，长期生活在黑暗中。其实，运用现代医学技术，只用十多分钟手术即可使患者恢复视力，重见光明。“健康快车”即是专为这一特殊群体而设立的慈善项目。

健康快车火车医院大多服务于医疗卫生条件相对落后的地区，交通路况多较为复杂，对工作用车的操控性要求较高。MAXUS大通V80 FF轿车化前置前驱的结构，大大提升车辆操控性、平顺性及制动稳定性；全承载笼式车身设计使重心更低车身更坚固，使车辆更加安全可靠。长时间的外地作业对车辆可靠性提出较高要求，上海汽车商用车有限公司包括研发、精益生产、质量控制、供应商、经销商及信息系统的“六大体系”保证了每一台出厂的MAXUS大通V80都保持着相同的精工品质。

鉴于健康快车项目的公益性质，为使公益资源发挥最大效用，MAXUS大通V80不仅提供比同类产品节油高30%的燃油经济性，其在服务方面的保障也减少了车辆使用成本，MAXUS大通为用户提供涵括全天候免费道路救援、行程继续、1小时应急响应、24小时客户服务、48小时故障解决等在内的8项服务承诺，更有业内唯一的3年8万公里动力总成保修及2年5万公里整车保修承诺。

品牌发布一周年，上海汽车商用车有限公司经营管理、产品研发、渠道建设优势充分显现：从5月25日无锡分公司正式成立到6月底首款V80量产车下线，上汽商用车在业内创造了用时最短的记录；9月5日，MAXUS大通V80系列产品一上市，便形成了包括尊杰、商杰、运杰以及六类专用车系列的完整产品组合。截止2011年底，MAXUS大通品牌覆盖全国的营销网络体系已初步建立，并已在英国、东盟、南非等地建立了海外经销商网络，实现了V80的批量出口。

本次公益合作，MAXUS大通将成为2012年12000名患者与火车医院的纽带，与中华健康快车基金会共同为广大患者点亮光明。以此为起点，MAXUS大通正在将品牌传承下来的公益传统继续推进，伴随MAXUS大通V80公益行动在全国的展开，中

国市场的商用车用户不仅能领略一款国际基准的轻型商用车品牌，更能充分领略百年品牌积累下的人文关怀。

[返回](#)

9. 商用车盲目扩大产能 今年压力有点大

2011年，我国商用车的低迷销量状况不能让人满意。由于库存压力陡然上升、汽车储备过多，尤为重要的是国 标准的实施使得库存商用车销售面临着更大的困境，所以，2012年，我国商用车行业将面临更大的压力。

国家发改委价格监测中心近日发布的数据显示，商用车价格在过去的两个月里持续走低，比上一年同期下降0.20%。前几年良好的市场态势使得很多商用车企业都在扩大产能，随之而来的低迷销量造成汽车产能过剩、产销矛盾，由此导致车价总体下行，这也将可能是未来一年的商用车车价的总体走势。

不过新的一年也会带来一些新气象。随着《校车安全条例》在新年的出台，各地方强制性购买使用校车，这对正处于调整期的客车生产企业来说无疑是雪中送炭。除此之外，新能源汽车规划也会为商用车市场带来一丝暖意。商务部等相关部门在去年9月联合发布了《关于促进战略性新兴产业国际化发展的指导意见》，新能源汽车便是其中的重点产业。而商用新能源车一直是我国新能源汽车发展的一个重点方向，因此新能源汽车规划将推动商用车市场的发展，从而为商用车市场带来机会。

据了解，在近期发布的2012年全球展望报告中，各预测机构仍认为全球经济有望保持相对稳定增长，而支撑全球增长的最大力量，仍然是以中国为首的新兴市场。瑞银、德银等各大行普遍预计，中国经济有望在今年实现“软着陆”，全年增长约在8%左右，国内经济环境决定了汽车市场和汽车产业的增长基础。由此可推断，虽然商用车在2012年压力较大，但随着政策的放松，商用车销量有可能会出现反弹的可喜状况。不过，要想整体改变商用车销量的低迷状况，减轻压力，恐怕还需要商用车企业从多方面入手，从营销渠道、产品研发、提升服务质量等方面来提高竞争力，从而在这个激烈的竞争市场上站稳脚跟。

[返回](#)