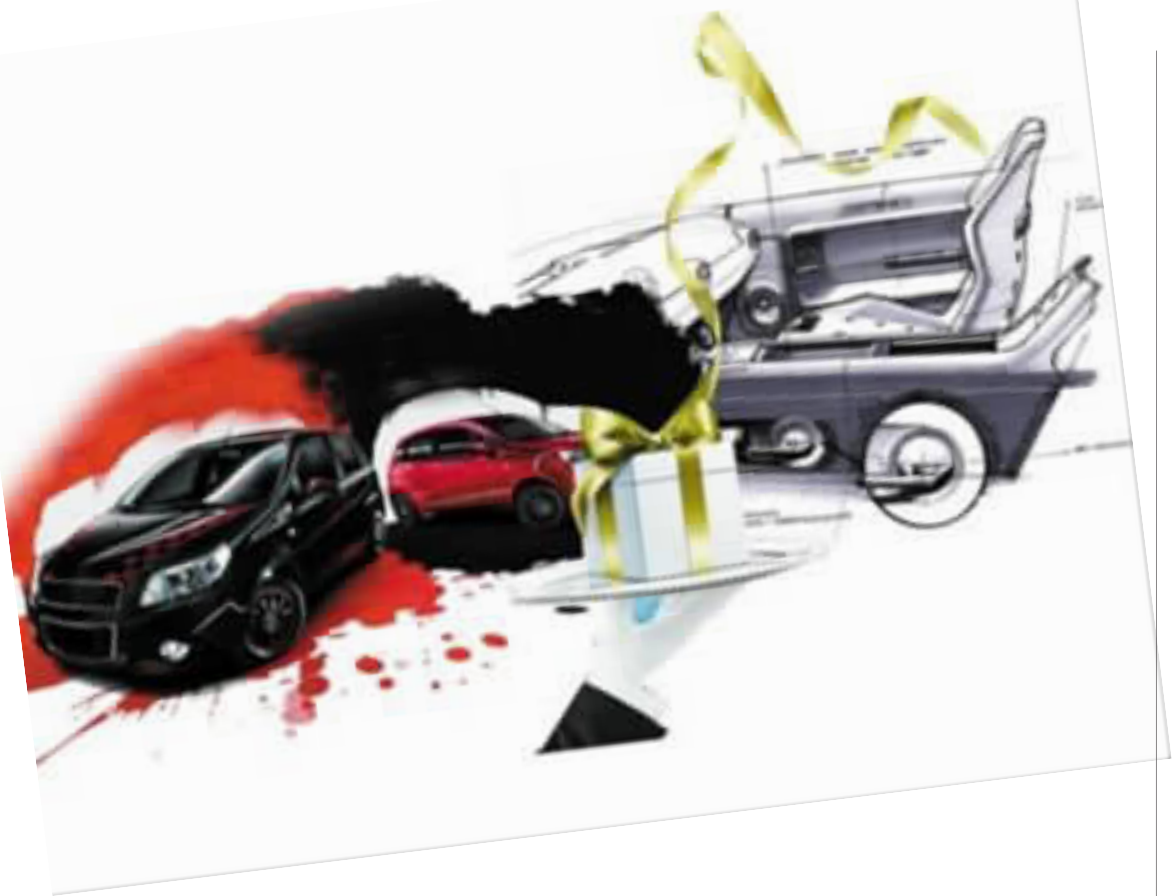


日产三高管集体回应郑州日产“被代工”

郑州日产定位未改变

□记者 王毅鹏
制图 任萍

一片质疑声中,日产汽车有限公司企业副总裁村上秀人、东风汽车有限公司副总裁真锅雅文、郑州日产汽车有限公司总经理郭振甫再一次坐到了一起。自郑州日产二工厂投产并代工东风日产的二款产品以来,“被代工”声纷至沓来。而三位企业掌门人在接受记者采访时则异口同声地表明,“郑州日产不会沦为东风日产的生产基地,其作为日产全球 LCV(轻型商用车)生产基地的定位没有改变。”



生产一盘棋、销售二分开

今年9月初,郑州日产第二工厂正式投产,日产宣布第二工厂目前主要保证奇骏和逍客的生產。此番引起舆论一片哗然,“郑州日产沦为东风日产生产基地”的论调喧嚣尘上。更有媒体言之灼灼称“郑州日产二工厂的资产已经完全划拨给东风日产。”

对此种种,日产汽车有限公司企业副总裁村上秀人日前接受记者采访时明确回应称,“第二工厂的资产属性在任何时候都没有变化,还是郑州日产的资产。我们只是将生产管理的一部分委托给了东风日产。因为目前郑州日产的产能并不能吃饱第二工厂,所以为了让第二工厂在最短时间内满足生产需求,采取了这样的解决办法。”

虽然这样的“代工形式”让很多

人摸不着头脑。不过在村上秀人看来,这恰恰是其步入中国市场的“一招妙棋”。他分析,日产目前在中国市场的最大挑战就是产能不足,而解决产能问题就要用“一盘棋”的思维方式。

“东风日产的花都工厂出现了产能不足,而郑州日产第二工厂正好有富余。将东风日产的车型放置郑州日产生产,只是更有效的利用这个生产能力。”他进一步解释说,“日产在全球各地工厂都是采取灵活、有效率的生产方式。随着销售量的增加,我们当然也会进一步有效的发挥第二工厂的作用。”

对于兄弟企业的“同室操戈”,中村再次明确,不管是郑州日产还是东风日产,都是在东风有限公司的一个框架内首先要保证工厂顺利完成生产任务。“我们生产一盘棋,销售时东风日产主要负责乘用车、郑州日产的定位没有改变仍为商用车。”

郑州日产回归主流

昨日,郑州日产今年第十万辆汽车交付使用,标志着郑州日产成功迈出了挑战“1020”计划的第一步,实现了2010年产销10万辆的目标。此前一个星期,1993年成立的郑州日产汽车首次以独立展台形式亮相广州车展。这似乎意味着,长期被边缘化的郑州日产正在回归汽车行业的主流阵营。

不过郑州日产回归主流的方式并非杀人已渐渐饱和的乘用车市场,而是在CDV细分市场中分一杯羹。作为市场的先行者,既拥有市场空白的独特优势,又面临培育开拓的繁重挑战。“郑州日产已经达到了1020计划的第一阶段的任务。”郑州日产汽车有限公司总经理郭振甫表示,“NV200自6月上市以来,销量大约在14000台左右。CDV的概念推广起来以后,应该说感觉比我们想象的

还是比较好。”

1800万销量的车市疯狂之下,郭振甫坦言“明年汽车市场调整是必要的”。“如果十二五期间,增速还像现在这么高的话,很多问题将在今后几年集中爆发。”他坦承了自己的忧虑,“对汽车行业来讲,这几年超前释放的需求。现在各大城市堵车、污染很严重,这方面不仅老百姓在抱怨,政府也意识到了。因此我个人认为未来几年汽车行业的增长速度应该会回归到一个比较理性的速度。”

不过对于LCV轻型商用车市场而言,郭振甫则显得较为乐观。他认为其增长速度必然会大于整个汽车行业的增长速度,也会大于乘用车的增长速度。宏观经济转换增长方式,事实上要更讲究效益、效率,专业化程度。像LCV这种油耗比较低、针对性比较强、适应性比较强的车型,功能上更强的多元性和多功能性将是一个高增长的趋势。

估计明年车市回归理性

东风雪铁龙:明年重质不重量

□记者 王毅鹏

C5 助力雪铁龙回归高端

“我们今年的计划销量是20万辆,这个目标现在已经完成了。目定单到12月底应该是超过22万。1-11月东风雪铁龙累积增长42.4%,超过整体市场32%的平均增长率。”对于东风雪铁龙今年的“终考成绩”,魏文清感到满意。

一系列数据进一步支撑了魏文清的“满意”。2010年,东风雪铁龙产品体系进一步优化完善,形成以C5领衔高端品牌,世嘉、新爱丽舍为两翼突击销量的“雁式”产品布局,全系产品覆盖70%的细分市场。东风雪铁龙今年已超额完成248家新网点的建设和改造,网络提升取得阶段性成果。据顾客满意度EQC数据显示:新形象推广实施以来,用户满意度已提升至81.2%。

另据权威市场调查机构J.D. Power发布的2010年中国售后(CSI)

8个月前东风雪铁龙副总经理魏文清曾对记者坦言“雪铁龙品牌回归高端品牌今年是关键”。转眼年关将至,面对全年40%以上的销量增速,魏文清却突然“谨慎”地表示“东雪明年销量目标无激进计划”并转向“用户体验为核心的品牌建设”。不言销量,或许正是东风雪铁龙回归高端的第二步。

服务满意度调研报告,东风雪铁龙连续三年位于非豪华品牌前列。

以往东风雪铁龙长长的产品线上,经济型车和中级车一直占据了较大的份额。多年来在中国“被低估”的雪铁龙品牌正希望塑造一个高端形象。“今年东风雪铁龙销量结构中,C5、世嘉的销量综合占比为64%。明年,我们希望C5、世嘉的销量贡献率综合占比能够超过70%,通过提高高品牌附加值车型的销量占比,为用户带来最大化的价值体验。”魏文清表示。

事实上,魏文清在多个场合都表示,C5的引入才是东风雪铁龙回归品牌高端价值的关键一步。为此,东风雪

铁龙今年在C5的推广上可谓做足了功课。从签约中国羽毛球队、赞助上海世博会到助力广州亚运会……公开数据表明,今年1月份开始向用户交付的C5车型,目前总销量大约在35000台左右,平均每月3000辆。然而,相对于凯美瑞、雅阁和新君越等动辄月销过万辆的竞争对手而言,C5月销3000辆的确还有很大进步空间。

明年轻量重质

对明年车市变化,魏文清认为,近两年,由于国家出台的多项刺激政策,市场增速明显,但这也在一定程度上透支了未来的需求。随着购

置税优惠政策的终止,以及北京等地出台的限制车辆增长措施,明年的市场将受到一定影响。他预计明年市场增速将有所放缓,大约在10%左右。

“明年销量上并无具体目标。”魏文清坦言明年东风雪铁龙的核心是“加强服务”。“我们在做一个为以用户的品牌体验为中心的转变,明年我们的工作更多是在用户体验方面,核心是通过全面的优化和提高,来提升用户的体验。”他说,“明年C5和世嘉仍将是东风雪铁龙的主力车型。因为我们的世嘉和C5还在成长期,潜力很大。”

虽然2011年东风雪铁龙可能没有新车型推出,不过按照神龙汽车公司前不久公布的未来五年发展计划,未来5年神龙旗下的东风雪铁龙和东风标致将推出12款全新产品,实现高中低端市场的全覆盖;神龙旗下产品的市场占有率将达到5%,年产销量将达到75万辆。而12款新车中东风雪铁龙将占据7款。”

小排量车购置税优惠将取消

经销商看衰明年车市

□记者 王毅鹏

持续两年的汽车购置税优惠政策即将“踩刹车”,经国务院批准,对1.6升及以下排量乘用车减按7.5%的税率征收车辆购置税的政策,将于2010年12月31日到期后停止执行。自2011年1月1日起,对1.6升及以下排量乘用车统一按10%的税率征收车辆购置税。

10万元车辆多付2500元

市场预期的购置税取消政策终于落地。由于2个月前市场就有传闻,因此昨日出台的“确认版”并未超出大家的想象。相反,汽车下乡以及以旧换新明年是否到期目前依然未明。

“购置税要取消我们早就知道了,从11月开始的小排量车销售火爆就是这个原因。”雪佛兰4S店相关人士对记者表示,“该优惠政策取消后,以一辆10万元的1.6排量或以下的乘用车为例,将不得不多缴纳2500元的购置税。”

车主曹先生刚刚购买了一辆1.6排量的小型车。“赶在年底之前购车还能省一笔购置税。能省一点就一点,现在物价这么高生活压力已经很大,几千元的优惠可谓非常吸引人。”他这样对记者表示。

4S店销售人员表示,从11月底开始,1.6车型的货源就比较紧张。长安福特经销商更是对记者表示,受汽车购置税取消影响,1.6升以下车型几乎供不应求。

“进入12月份后店内顾客开始猛增,销售势头甚至超过旺季。很多顾客在买车时都很关心车辆购置税优惠政策到期的问题,不少人想赶搭优惠政策末班车而将购车计划提前。”某自主品牌经销商对记者坦言,“目前店里1.6L以下的汽车基本没有现货了,只能买车后排期等提车”。

公开信息显示,2009年1月,国务院原则通过了“汽车产业调整和振兴规划”,对1.6升及以下排量乘用车实行5%的购置税优惠。今年这一优惠调整为按7.5%征收。这一政策对于提振车市销量起到决定性作用,今年汽车产销将突破1800万辆。

经销商看衰明年车市

不少经销商对记者表示,今年车市火爆最大的功臣就是1.6升以下小排量车的迅速走强,如果购置税优惠取消,那么汽车市场无疑将会迎来“真空期”。

显然,治堵升级、优惠取消正拷问明年车市的走向。虽然北京限购政策的出台对上海市影响不大,不过绝大多数经销商认为,多项刺激政策的退出,明年车市可能引来“大滑坡”。

而多家车企老总在接受记者采访时都不约而同地表示,明年车市将回归理性,30%-40%的增长将风光不在。大家预期明年车市增长幅度将回落至10%-15%。

资深汽车评论员张志勇表示,“购置税只能是一时的措施,它并非包治百病的神药。这也是为何国家不再下调购置税的原因。”他分析,购置税只能是一时的刺激措施。汽车业长期稳健地发展当然不能“一棵树上吊死”。因此他也觉得扩大更大排量车型的优惠政策并无必要。