

中国切勿沦为汽车“代工厂”

□邵玉梅



“双庞”联手收购萨博一直在业内不被看好,但随着近日瑞典政府和瑞典汽车同意将萨博汽车100%控股权出售给双庞消息发布后,几经波折的萨博收购案似已经基本落定,只是等待中国政府部门最后的审批,以及本月15日前合作协议的正式签署。

从腾中收购悍马,到吉利收购沃尔沃,再到双庞收购萨博,汽车企业的海外收购已令大家见怪不怪。随着金融危机对汽车行业的冲击,中国汽车

企业却意外地扮演了汽车品牌“救世主”的角色。尽管收购过程中有真心实意收购的,也有利用收购进行自我炒作的,无论最终成功与否,中国汽车在全球范围的地位崛起已成定局。

对于双庞以1.4亿元收购一个病入膏肓的汽车品牌,大家一直争论不休。一方面是同时背负负债累累,到底值不值的问题,另一方面则是“蛇吞象”后,消化得了的问题。的确,汽车行业的投入是个无底洞,对于一个实力

算不上雄厚的汽车企业和一个规模过大现金流紧张的经销商集团,凭什么能让萨博实现起死回生?如果收购萨博真是一笔“划算”的交易,那又为何实力强大的许多国内车企却不敢涉足?

对国际闻名的汽车品牌收购,记者更认为,汽车车企在收购案中“醉翁之意不在酒”。按照约定,双庞在收购完成后,双方将在中国设立合资公司,合资公司将延续双方4:6的股权比例,形成“青年汽车掌握技术、庞大集团掌握市场”的格局。尽管青年集团在生产制造方面有着较好的基础,但引人的莲花品牌过于小众一直在中国市场发展缓慢,如果成功收购萨博,将为青年集团轿车业务开辟一个全新的市场。相比合资品牌,这样

的模式不仅保证了更为纯正的品牌风格及内涵,而且也拥有与合资品牌相似的生产成本的降低。相比合资品牌的号召力,困扰自主品牌最多的是品牌提升难。不同于国有汽车企业的合资之路,民营汽车企业更希望寻找一条变被动为主动的进攻路线。参照吉利的“借鸡下蛋”的方式,通过并购就能实现将中国市场转化为国际品牌的第二本土,并顺理成章为国际品牌建设生产基地。

其实,萨博、沃尔沃的收购与MG从国内市场走向国际市场的品牌发展方式有着异曲同工之妙,不同的是前者是从国际走向国内,而后者是从国内走向国际。在收购萨博后,双庞利用各自优势,也许真能让萨博品牌从此走上康庄大道。凭借萨博在国际市场的影响力,中国产的萨博不仅满足中国市场的广泛需求,还能实现更大量的海外出口。而庞大集团则是经销商集团,特别是北方市场拥有良好的渠道根基,解决了新品牌在渠道建设中的各种困扰。相比外界普遍担忧,即使成功收购了萨博,萨博日后的投入将是一个无底洞,双庞更关注的则是萨博品牌力及其拥有的品牌完整度,当然,最后的条件正遂人所愿。

沃尔沃品牌如何“反哺”吉利

□刘霞

在将沃尔沃这个欧洲豪华汽车品牌收归旗下一年有余后,吉利集团董事长李书福显然还来不及将沃尔沃品牌如何“反哺”吉利品牌提上日程。

“吉利是吉利,沃尔沃是沃尔沃”,自从将沃尔沃收归旗下以来,李书福一直向外界表达这样的品牌思路。

但毫无疑问,李书福收购豪华车品牌沃尔沃的初衷不是只为吉利集团增加品牌那么简单,更应是希望提升吉利的制造水平,从而使吉利品牌摆脱只生产低端车型的固有印象,进而提高产品附加值。

尤其是在安全与环保成为全球汽车业的主旋律时,沃尔沃凭借在这一领域的强劲优势,未来势必成为帮助吉利实现品牌升值的原动力。

但至少从目前的进展来看,沃尔沃对吉利汽车的品牌拉动并没有起到太大作用,反而更让李书福担心的是,沃尔沃的豪华品牌形象因落户中国而大打折扣。

于是,李书福最近把更多心思放在为沃尔沃品牌“保鲜”上面。从提出新的品牌口号,到高调将沃尔沃帆船赛引入中国,尽全力保证沃尔沃的品牌完整度。

在李书福的计划中,用吉利汽车来助力沃尔沃提高成本优势似乎更容易实现。吉利副总裁兼研究院院长赵福全此前在接受媒体采访时曾透露,如何在吉利和沃尔沃之间寻求战略合作的可能性,已经有了详细的思路,而在能力允许的情况下,吉利将为沃尔沃提供低成本研发的支持。

“我觉得吉利和沃尔沃相互之间会有影响,虽然是两兄弟之间的关系,但是两兄弟之间一定有影响。目前沃尔沃品牌对于吉利而言能起多大帮助还不知道,我们没有认真地思考和评估。”李书福告诉记者。

也许在对沃尔沃业务充分消化吸收之后,吉利集团旗下两个品牌的互补协同效应才会得以显现,但起码从收购一年的进展来看,沃尔沃对于吉利汽车的提振收效甚微。

在李书福看来,吉利品牌“向上”并非一蹴而就。他认为,品牌价值提升不是通过简单的收购就能完成的,主要是产品的品质、员工的素养,以及企业的管理,还有就是企业的文化、企业的社会责任等很具体的内容支撑着,通过这个价值托起一个品牌。

谱写英伦汽车典范 宾利世界上海揭幕

□郝霞

近日,在宾利汽车进入中国市场十年之际,宾利全球首次品牌文化博览——“The World of Bentley·The Pinnacle of British Motoring 宾利世界—英伦汽车典范·驾驭之巅”在上海最为经典的思南公馆华丽揭幕。在揭开宾利诸多鲜为人知的传奇故事的同时,以崭新的方式完美展示宾利90多年的精彩历程。

传承经典 永不妥协
“宾利文化馆”分为三层,也是这次活动的主馆之一。1912年,宾利先生受邀为英国空军设计了两款杰出的旋转式航空发动机,缓解一战中的发动机故障困扰。此旋转式发动机就陈列在“宾利文化馆”中。“宾利文化馆”的二层,是从英国克



宾利旗舰车型慕尚

鲁郡远道而来的工匠在现场展示宾利引以为傲的制作技艺。来宾可以看到皮革、木饰等工艺的现场制作过程。紧挨着“宾利文化馆”是另一个展示区“竞赛殿堂”,各种历史资料和老照片展示了宾利与赛车运动的深厚渊源。

此次亮相上海宾利世界的还有三款传奇车型——已拥有超过90年历史的宾利汽车始祖3升两座运动旅行车EXP-2,它是世界仅存最古老的宾利汽车,也是第一台参加车赛并夺得冠军的宾利;1929年全球限量生产50台并于1930年征战勒芒的4 ½升Blower老爷车;以及在73载后的2003年重夺勒芒冠军的赛车——搭载4升V8发动机,马力超过600匹的Speed 8。而在“宾利广场”的欧陆飞驰、

欧陆超级跑车和全新欧陆GT,将来宾的思绪拉回到宾利当代车型的世界中。他们从动力系统、材质和铸造技术等方面,均做出了颠覆性的变革,而最为人津津乐道的,是2002年伊丽莎白女王登基50周年之际,女王御用座驾State Limousine,静待在“荣耀之巅”的State Limousine原实物比例设计模型正是“宾利世界”中至珍至罕的展品,完美体现着宾利登峰造极的造车技术和定制工艺。

所有展品均以不同方式展示了宾利自创始以来即坚守的品牌五大支柱——设计、动力、手工艺、竞赛、驾乘感。

斯巴鲁2012款森林人登陆岛城

□郝霞

11月3日,斯巴鲁青岛华泰专卖举办了“2012款Forester森林人发布会”。在本次新车发布会中,举行了2012款Forester森林人新车揭幕仪式和内容丰富的新车推介及车主互动活动,来自当地的百余名斯巴鲁车主和斯巴鲁爱好者参加了本次新车发布会。

新款Forester森林人在配备水平对置发动机(SUBARU BOXER)

的基础上,辅以带7英寸TFT显示屏的音响——DVD导航系统或4.3英寸彩色显示屏带单碟CD播放器7扬声器的音响系统、左右双区域独立自动空调系统、定速巡航系统等多种舒适便利性配置,在各方面都堪称出色。而新增的2.5升排量自然吸气型运动版/运动导航版车型,通过装备银色车顶行李架、大型车顶扰流器、17英寸STI铝合金轮毂,更加

彰显汽车的运动风格,能给使用者带来极富激情的驾驶乐趣。

2.5XS、2.0XS、2.0X等自然吸气车型搭载了斯巴鲁第三代水平对置发动机(SUBARU BOXER)。该发动机在燃油经济性获得飞跃性提高的同时,实现了良好的加速响应,在环保性能与驾驶乐趣之间取得了很好的平衡。同时,这一发动机还可使用93号汽油,大幅

节省了行车成本。此外,新款车承诺3年或10万公里保修的服务也为消费者带来了真正的实惠。

未来,斯巴鲁将继续研发符合中国消费者需求的新车型,为消费者提供更多的实惠和便利。我们相信,斯巴鲁将以此赢得更多中国消费者的支持和欢迎,而华泰斯巴鲁也将通过至臻的服务回报广大客户的支持。

雷诺新科雷傲岛城上市

□郝霞

近日,新科雷傲青岛上市发布会在青岛东联雷诺展厅隆重举行。全新升级的新科雷傲,拥有更加时尚动感的外观和更强悍的越野性能,并增加了舒适性和安全性配置。

新款科雷傲的车身尺寸较老款车型有了一定的变化,车长和车高分别提升了2mm和5mm,而车宽则缩小了10mm。在外观上,选择了倒梯形设计,更容易被大众接受。除了进气格栅外,整体向上移动的大灯也是新科雷傲的一大亮点。另外新款车型推出了全新的卡宴橙颜色,为消费者提供了更多的色彩选择。

在安全配置方面,新款科雷傲全系车型均配备了ABS+EBD+EBA等主动安全系统。在舒适性方面,全景天窗、双区自动空调等舒适性配置都成为了标配。不过,低配车型没有采用电子驻车系统,智能钥匙、后排深色玻璃等实用配置。

动力部分,新款科雷傲将提供三种不同动力系统,包括1款2.5升汽油发动机(1R25),最大功率175马力。两款柴油发动机(dCi 150和dCi 175),最大功率输出分别为150马力和175马力。而在国内市场中,新款科雷傲搭载的就是上述提到的这款2.5L汽油发动机。