

Auto

北汽集团谋求上市 欲借自主品牌车解困

北汽控股开始瞄准资本市场。据悉,北汽控股将于8月挂牌成立北京汽车集团股份公司,后者将作为北汽控股核心资产上市的主体。但与其他汽车集团不同,北汽股份上市之旅充满难题,上市难度较大,因此直至目前北汽控股仍未列出整体上市的时间表。

◎记者吴琼 ○编辑 王晓华



被注入北汽股份的资产为北汽乘用车事业部(自主品牌)、动力总成事业部、新能源事业部、研究总院、北汽持有的北京汽车制造厂有限公司51%股份,以及部分北汽服务贸易和零配件公司

北汽股份痛“割”福田

在一汽集团正式宣布拟重组上市的消息不久,北汽控股也不甘示弱,吹响了上市的号角。据了解,今年8月初,北汽集团将挂牌成立“北京汽车集团股份公司”(下称,北汽股份)。从今年三季度,北汽控股就开始了一系列资产重组动作,陆续向北汽股份注入资产。不过,和一汽集团不同,北汽股份并非全部整车资产注入北汽股份。

昨日,北汽控股高层确认,资产重组方案已获得国资委批准。被注入北汽股份的资产为北汽乘用车事业部(自主品牌)、动力总成事业部、新能源事业部、研究总院、北汽持有的北京汽车制造厂有限公司(北汽的自主越野车生产公司)51%股份,以及部分北汽服务贸易和零配件公司。此外,在与合资方达成一致后,北京现代和北京奔驰的中方股权也将注入北汽股份。”但福田汽车资产不会注入北汽股份。”对此,福田汽车也予以承认。

福田的不被注入,使北汽股份的上市之路难上加难。

2009年,北汽控股销售整车121万辆,其中北汽福田销量达60.2021万辆。销量几乎占北汽控股整车销量49.75%的福田汽车,居然不被注入北汽股份,这显然极大削弱了北汽股份的资产实力。对此,招商证券高级分析师汪刘胜表示,这也是无奈之举。福田汽车已经进

入商用车、乘用车、新能源汽车全面布局阶段,发展自成一统。

欲借自主品牌车解困

北汽控股总经理汪大总表示,成立北汽股份的目的之一是打通资本流通渠道。北汽控股要想成为现代化的企业,就必须打开资本流通的渠道。但股份制改制之难、上市之难,已经超出了北汽控股此前的构想。北汽控股副总裁、新闻发言人韩永贵承认:“虽然早在去年底,在北京市国资委等相关部门的指导下,我们就开始筹备成立北汽股份一事,但上市还没有时间表。”

一位投行人士表示,北汽股份的上市难有两方面原因。第一,北汽股份上市资产的盈利能力令人担忧,上市资产的主营业务收入也不乐观。在等待注入北汽股份的资产中,盈利能力最强的是持股50%的北京现代,其余公司或盈利能力不强,或正处于投入期。但按照国内会计准则,北京现代的销售收入无法并表计算,利润只能计入投资收益。第二,从投入产出看,北汽股份还处于发展前的大投入期。无论自主品牌还是新能源汽车业务,均需要大量的资金投入。

深知困境何在的北汽控股,希望在未来二至三年内解决这些问题。北汽控股董事长徐和谊将希望寄托在了北汽自主品牌乘用车,并称“2011年,北

汽控股自主品牌乘用车年销量将达到10万辆。”汪大总表示,北汽控股的目标是进入自主品牌汽车生产企业第一阵营,未来占据自主品牌汽车50%的市场份额。目前,北汽控股正在加紧建设自主品牌乘用车,总体思路为“高低结合,南北联动”。即南有株洲基地、北有顺义基地。

株洲基地主要生产微型车。负责株洲基地的北汽集团乘用车事业部总经理张欣表示,今年其自主品牌轿车将正式下线,明年将上市。率先投产的是经济型轿车BC301、微型车BC306。对于微型车,北汽控股寄予了较高期望。汪大总表示,微型车是北汽控股着力推进的一个重点项目。一方面源于北汽控股自身条件,如产业链比较长,但缺少微型车,而北汽已经具备微车技术开发能力、零部件供应或整合能力;另一方面源于微型车的市场很大、前景可观。随着国民消费水平的不断提高,二、三线市场尤其农村市场存在巨大的微车需求。北京顺义基地主要生产源于萨博改进技术的中高级轿车,但目前该基地尚处于研发和建设同步进行的起步阶段。按照计划,北方基地将于7月底8月初投产,总投资高达40亿元,2013年规划产能达30万辆,其中一期产能15万辆,将于明年年底建成投产。北汽研究院正在加紧攻关,预计2011年中将会推出源于萨博技术开发的自主品牌高端轿车。

人物访谈

郑州日产开辟 CDV 蓝海 打造新利润引擎

——访郑州日产副总经理郝身健

◎记者 官璐 ○编辑 王晓华

进入2010年7月,中国车市增长放缓,传统轿车竞争越来越激烈。而东风股份旗下的郑州日产却试图剑走偏锋,导入欧洲市场的明星车型CDV 轿车平台延伸出来的厢式多功能车——NV200。

这能成为日产的一片“蓝海”吗?其市场规模预计也就在50万辆/年左右,国内对CDV车型又非常陌生,消费者会否买单?对此,郝身健却显得相当自信:到2012年NV200能实现5.5万台的年销量。那时企业的经营效益也会有较大改观。

“小市场,大利润。”这或可为其他车企提供值得借鉴的发展思路。

记者:CDV是一个全新的市场,还未成型,NV200能否成为郑州日产的新增长引擎?

郝身健:NV200作为CDV的一个代表车型,应该说在中国市场开辟了一个先河,但CDV作为一个常规的汽车品种,在日本以及欧洲一些国家

已非常成熟。按照我们的市场调查,中国CDV市场每年存在50万辆以上的客观需求。我们实际上是从2002年开始进行CDV市场的分析和研究的,在之后的2004、2005、2006、2007年我们每年都会做市场调查,发现每年都在增长。今年我们相信NV200能实现1.5万台的销量目标,到2012年能达到5.5万台。

记者:今年NV200的投放,对企业经营业绩的提升有多大帮助?

郝身健:郑州日产这两年对第二工厂的投入是比较大的,有几款产品进行相对集中的投放,肯定会把研发费用和广告费用提高,会把当前的业绩拉下来一些。随着新产品销量的不断突破,企业规模效益会有较大改观。2012年在实现20万台的销量后,收益各方面会达到一个比较好的状态。

郑州日产一直坚持这样的经营理念:不管什么车型,除非做到行业领先,否则就有风险。正是秉持这样的原则,郑州日产的皮卡、帕拉丁在



各自的细分领域里都是占有绝对领先的地位,安全的维持企业发展是第一要思路。我们相信NV200也能够能够在CDV市场里持续领先。

记者:很多企业对于下半年的市场走势并不是太乐观,您怎么看?

郝身健:我们今年年初提出的产销目标是10万台,2012年要达到20万台。按照业内普遍的观点,下半年的整体情况会比上年上半年要差一些,但郑州日产的情况却相反。我们公司下半年会比上年上半年要好一些。从历史数据来看,我们产品的销售高峰都是在下半年,尤其是最后4个月(9月-12月)。

记者观察

比亚迪:欲从快进转向求稳

◎记者 官璐 ○编辑 王晓华

7月28日,比亚迪的首款MPV宣布上市,这也是比亚迪首次杀入高端MPV市场。“这款车的利润将是F3这样轿车的数倍。”比亚迪销售部有关人士透露。

事实上,在造车7年间,比亚迪年年实现销量翻番。然而,在其快速发展过程中却出现了“萝卜快了不洗泥”的现象,一些问题也于近期集中“浮出水面”:延迟回归A股、今年上半年汽车销量只占到全年目标的36%;双模电动车F3DM的销量迟迟未见实质性突破,截至7月底全国上路的也只有200多辆,还包括被竞争对手购去,用于实验室研究的销量;股价今年以来已经从高位跌去

30%之多,被瑞信降低评级为“跑输大市”……

比亚迪似乎有意在快进之后求稳。“再讨论能否完成今年80万辆的目标,意义不大了。”一位比亚迪高管这样认为。而公司董事长王传福也表示,“2010年比亚迪的目标是实现有质量的增长,重点包括提升人的品质,提升产品的品质,提升公司的运营品质为核心目标。”

今年7月15日,比亚迪第100万辆车在深圳下线,这标志着比亚迪进入了一个全新发展阶段。“如果说‘百万辆’前是更多地关注‘造好车’,在下一个发展阶段,就是在生产优异产品的同时,将比亚迪打造成为一个在世界汽车制造领域受尊敬的品牌。”王传福表示。

但值得关注的是,比亚迪的运营路径一直是:用手机电池代工业务的赢利来维持汽车项目的经营;后来汽车实现赢利了再用于电动汽车以及锂电池开发……当电动车的市场真正成熟起来之前,比亚迪还得在这个领域继续“砸钱”。同时在激烈的竞争态势下,传统电池和汽车方面的利润增长已经日趋放缓。

另外,多线作战为比亚迪的求稳之路增加了不少风险:目前比亚迪的大规模生产铁电池、100兆瓦的太阳能电池、以及太阳能储能电站等项目仍在建设中;湖南的电动大巴也将于年底下线;此外,家电事业部也正在紧锣密鼓地筹备当中,而众所周知家电市场早已是红海一片。这些新的“战场”将怎样被一一征服?

比亚迪 M6 “尊贵·安稳” 定义中高级车新标准

汽车新锐比亚迪刚刚突破100万辆大关,汽车品质和品牌口碑深入人心,在销量稳步增加的基础上,比亚迪开始冲击中高端市场,进一步赶超合资品牌。比亚迪 M6 是比亚迪秉承尊贵安稳的设计理念,历经多年精心打造的一款“顶商家”三厢尊贵座驾,是 A4 新网的开山之作,是比亚迪进军高端市场的冲峰车型。M6 上市后将以“尊贵·安稳”的高贵气质吸引政界、商界、家庭三大受众,誓要在中高端车领域建立新标准,塑造新辉煌。

尊贵大气,整体设计彰显优雅气质

M6 外观融入了国际最流行的子弹头设计,超大前车窗,提供驾驶员更开阔的视野,对路况一览无遗;大型全景天窗,人在车里也能坐拥蓝天

白云以及夜晚的深邃星空。M6 带来的全是视觉享受:厚实饱满的尾部造型,包裹式后保险杠与车身浑然一体,凸显出车后视角的力量感;M6 整车线条流畅简约,全身散发优雅的现代新贵族气质,彰显驾乘者的尊贵品位,无论是政界名流、商界精英还是豪门一族,M6 都能为您撑起面子。

以人为本,给您带来完美驾乘体验

M6 的内部设计充分考虑舒适、便捷和实用因素,彰显人性化。长/宽/高分别达到 4820mm x 1810mm x 1765mm 的 7 座宽敞空间,完全满足政商家各种出行需求。座椅采用防侧滑高弹打孔皮革座垫,更具支撑性。正副驾驶员八向电动随意调节,主驾驶座更拥有加热器,细心照顾您的每一需求。

此外,科技智能化配置是 M6 为消费者精心准备的又一大惊喜, GPS 导航系统、KEYLESS (无钥匙)系统、安全辅助驾驶系统、车载娱乐系统、自动恒温空调等一应俱全。M6 力求让消费者体验非凡的舒适便捷,完美诠释了当今社会以人为本的价值理念。

灵动安稳,尽显非凡安全操控性能

动力方面, M6 将配备 2.4L 自动挡和 2.0L 手动档两种车型,分别采用三菱强劲的 4G69 冠军发动机和 BYD483QB 发动机,二者均达到欧 IV 排放标准,动力强劲、经济省油。针对中国路况全面改进的南美弗罗独立悬架和后纵臂扭转梁式悬架,极大提升了其承载能力,同时保证了良好的操控性和稳定性。



基金营养组合
“持”出健康生活

沃德财富客户 尊享
交银理财客户 尊享

智慧选基

交通银行“智慧选基”,让您的投资更健康!

从长期来看,是什么决定投资收益?不是选股或选时,研究表明投资收益的 91.5% 由资产配置决定!交通银行为您提供全球客户、定制理财客户推出“智慧选基”的专享服务,沃德财富客户可以享受专享理财服务,为您打造最匹配的基金投资组合,让您的投资“持”出健康!

基金有风险 投资需谨慎

客服热线: 95559 www.bankcomm.com



SHANGHAI CHINA

百年交行 辉煌世博

中国 2010 年上海世界博览会合作伙伴

China 2010 World Expo Official Partner