

年销6万辆 规划产能45万辆

跑马圈地建工厂 汉腾汽车被指产能“大跃进”

本报记者 张家振 上饶报道

“大于60天确保M11/EM11顺利投产”“发扬革命老区精神 造国人喜爱的好车”。在位于江西上饶经济技术开发区的汉腾汽车有限公司(以下简称“汉腾汽车”)产业园二期工程施工现场,大红色的宣传条幅格外显眼。

M11、EM11是汉腾X5和X5纯电版的公司内部代号。根据规划,汉腾汽车产业园二期工程总用地1834亩,规划产能30万辆,将形成传统动力汽车、新能源汽车、发动机生产、汽车零配件生产四大核心板块。

7月2日,《中国经营报》记者

深入厂区实地考察发现,目前二期项目车间主体已经完工,众多发动机、冲压件等试装件已就位,技术人员正对焊装生产线自动化设备进行安装调试。

加上汉腾汽车产业园一期年产15万辆的生产规模,汉腾汽车届时将形成45万台的产能。不过,与产能快速提升相比,汉腾汽车销量则显得相形见绌。数据显示,2017年全年汉腾汽车实现6万余辆的销售业绩,今年1~5月累计销量也仅为27709辆。

实际销量与规划产能间的巨大反差也让汉腾汽车陷入了圈地建厂、产能跃进的质疑。对此,汉腾汽车在发给记者的书面回复中表



汉腾汽车产业园二期项目车间

本报记者张家振/摄影

示,二期项目计划于今年8月份投产使用,产能将会大幅度提升,产

品也会越来越多,可以更好地满足市场及消费者的需求。而对于产能

盲目扩张的质疑,汉腾汽车未做正面回应。

产能扩充

目前来看,汉腾汽车一期产业园工厂负载率不足50%,与15万辆/年的产能规划相比,销量业绩还有进一步提升的空间。

资料显示,汉腾汽车成立于2013年11月4日,2015年7月27日通过重组赣州江环汽车制造有限公司获得了SUV、MPV生产资质。根据工商注册信息,蓝途汽车有限公司和上饶市汉腾新能源产业中心(有限合伙)分别持有公司70.028%和29.972%的股权,法定代表人为王根党。

作为后来者和新兴国产品牌,汉腾汽车曾创造出首款整车从试制成功到正式下线仅用时156天的“汉腾速度”。而汉腾汽车产业园二期项目开工建设是汉腾汽车加速产能布局的重要举措。据了解,

销量疲软

在业内人士看来,主力车型汉腾X7难以延续之前的火热景象也和市场竞争加剧、质量问题多发有关。

和汉腾汽车大幅扩张产能相比,进入2018年,汉腾X7销量开始呈现出疲软态势,今年4月份更是跌至低谷,仅销售1814辆。乘联会发布的销量统计数据显示,1~5月,汉腾X5、X7累计销售27709辆,其中汉腾X7销售12109辆,月均销售2422辆;汉腾X5后来居上超过汉腾X7共销售15600辆,月均销售维持在3000辆左右的水平。

事实上,作为汉腾汽车推出的首款车型,推出之初汉腾X7曾持续火爆,甚至在2017年1月1日,江西汉腾汽车销售有限公司还不

二期项目总占地面积1834亩,项目总投资100亿元,规划产能30万辆,项目建设期2年。

7月2日,记者深入厂区实地考察发现,目前二期项目冲压、焊装、涂装、总装等车间主体已完工,众多发动机、冲压件等试装件已就位,技术人员正对焊装生产线自动化设备进行安装调试。

“大于60天确保M11/EM11顺利投产”的条款在厂区格外显眼。现场工作人员告诉记者,新工厂预计于今年8月份将按照既定计划建成投产。

也有业内人士对汉腾汽车“圈

地”近2000亩急于扩张产能的做法提出了质疑,认为汉腾汽车作为一家仅成立5年的新兴车企,“有着极大的盲目扩张野心”,目的或在以极低的成本圈占地方土地资源。

而事实上,汉腾汽车一期产业园工厂负载率不足50%,2017年年销6万辆的销售业绩和15万辆/年的规划产能相比,还有进一步提升的空间。

对于盲目扩张产能的质疑,汉腾汽车在书面回复中并未正面回应。汉腾汽车品牌公关部负责人向记者解释称:“产能规划问题,属于公司保密性质的经营计划范畴,目

前不便对外。”

据了解,作为上饶市重大招商引资项目和重点骨干企业,汉腾汽车产业园建设得到了当地大力支持。2016年8月14日,汉腾汽车二期项目开工。在开工仪式上,上饶市政府主要领导表示,市直有关部门要树立“把汉腾汽车的事当作自己的事”意识,给予项目更多关注、更多支持、更多帮助,尽最大努力保障汉腾汽车在前行的道路上,只有直道、没有弯道,只有绿灯、没有红灯,只有顺风,没有逆风。

对于上马二期项目的初衷,汉腾汽车回应记者采访称,根据销量

情况,目前是销能大于产能的。“今年下半年二期项目逐步投入使用后,我们的产能将会大幅度提升,产品也会越来越多,包括新能源车、传统能源车型等,可以更好地满足市场及消费者的需求。”汉腾汽车表示。

汉腾汽车品牌公关部相关负责人告诉记者,公司根据产销情况对一期项目产能进行了适时调整,将部分计划安装生产线的车间用于零部件生产和存储,以达到效益最大化。据其介绍,目前一期项目共有3条生产线和1条试装线投入运营。

得不因为汉腾X7“产量跟不上需求”导致延迟交车而向经销商发出致歉函。

“生产紧张不敢忽略品质,延期心痛不敢怠慢客户。”江西汉腾汽车销售有限公司在致歉信中表示,汉腾是个全新的企业,我们绝不追求销量而降低一丝质量,在速度和质量的平衡中,我们更注重质量。

记者查询销量数据发现,在2017年汉腾总销量6万余辆,保持着月均5000辆的销量成绩。在2017年初,汉腾汽车曾定下“冲击8.3万辆”的销量目标,但这一销量

升级的目标最终并未实现。

对于销量下滑的原因,汉腾汽车品牌公关部负责人告诉记者,2017年销量主要靠汉腾X7一款车型支撑,作为新兴汽车品牌取得6万余辆的销售成绩已经很不容易,“今年上半年是传统的销售淡季,这是很多汽车品牌面临的共同问题,预计下半年随着市场旺季的到来和新车型的推出,销量会得到较大改善。”

“不是销量跟不上,我们也在控制节奏,对卖出的每一辆车负责,在控制产能的同时加强售后服务,销售渠道建设、售后服务保障

和新车型打造方面必须全面提升。”上述汉腾汽车品牌公关部负责人表示。

在业内人士看来,主力车型汉腾X7难以延续之前的火热景象也和市场竞争加剧、质量问题多发有关。“作为一个主打三四线及以下城市市场的新兴国产品牌,亲朋好友口口相传的口碑传播对品牌形象和销售影响巨大,汉腾X7自2016年9月6日上市以来,暴露出的质量和售后服务问题也开始逐渐显现。”上述不愿具名的业内人士表示。

例如,在第三方网站上,来自

山东的汉腾X7车主王先生就投诉称:“从买车到现在一年时间大小件换了差不多半个车”,问题主要包括发动机启动困难、变速箱换挡困难、离合器发抖、悬架异响、方向盘抖动、转向系统异响、维修售后糟糕等。

“对于汉腾汽车来说,质量要求高于一切。”汉腾汽车表示,公司以“预防为主,持续改进”为总原则,对产品从研发之初、供应商选择到整车生产、检测出厂的每一个环节都严格按照标准,进行全程质量管控,做到提前介入,提前预防。

上汽奥迪尘埃落定? 一场“联姻”背后的各取所需

本报记者 刘媛媛 上海报道

日前,上汽集团董事长陈虹在上汽集团2017年度股东大会上证实,德国大众集团已经将其持有的上汽大众股份中的1%转股给奥迪公司。按照我国法规和产业政策,上汽大众已经具备生产和销售奥迪产品的资质。

该消息一经发布,引发广泛关注与讨论。因为在2016年的11月,上汽与奥迪在德国签署合作协议的官方照片流出后,曾导致一汽奥迪经销商的强烈反抗。随后在2017年5月,一汽集团、奥迪公司、一汽-大众、奥迪经销商四方签署了《5·19协议》,使事件暂告一段落。

如今上汽奥迪项目重启,无疑非常考验奥迪公司权衡各方的能力。在中国汽车流通协会专家委员会专家颜景辉看来,上汽与奥迪的合作是双方各取所需的体现,有利于双方实现互惠共赢,但后期如何平衡好双方竞争很关键,如若伤害了任何一方的经销商,最后伤害的是品牌自己的利益。多家券商机构也发布研报称,引入奥迪后,上汽的业绩和估值有望显著提升,奥迪也有望扭转利益分配的劣势。

针对有关问题,《中国经营报》记者日前分别致电致函上汽大众和奥迪(中国)方面,上汽大众相关品牌负责人表示,该事宜涉及企业层面,品牌方面无法给出回应。截至发稿,奥迪(中国)方面未予以回复。

“牵手”几经波折

事实上,上汽与奥迪的此次“牵手”在今年4月份就已经实现,奥迪出资1.15亿元获得了上汽大众1%的股份。目前上汽大众的股东共有5家企业,分别为上海汽车集团股份有限公司、德国大众汽车公司、大众汽车(中国)投资有限公司、奥迪股份有限公司以及斯柯达汽车公司。

虽然陈虹表示,上汽奥迪项目

各取所需的“联姻”

“上汽与奥迪的合作是双方各取所需的体现,借助双方的品牌力、产品力和服务力强联合。”颜景辉认为,未来双方有望在营销上实现互补,互相提升销量。

不难看出,奥迪为了达成与上汽的合作,此前向一汽方面作出了诸多妥协,原因或在于奥迪迫切想要在华获取更大的豪华市场份额。今年3月,奥迪管理董事会主席就

或受累“排挤”余波

值得注意的是,上汽奥迪项目未来的发展也并非完全明朗。按照《5·19协议》,上汽奥迪的首款车型上市将不得早于2022年,目前上汽方面与奥迪方面均未回应会生产什么产品,如何与一汽奥迪产品进行差异化竞争等。

此外,一汽-大众奥迪负责了奥迪在华的所有工作,双方合

正按照各方既定的时间表稳步推进,但在此前的两年时间里,上汽奥迪项目进行地并不顺利。

2016年11月,网络上突然流出一张奥迪和上汽在德国狼堡签署成立合资公司备忘录的照片,遭到了一汽-大众奥迪经销商的反抗,以停止提车作为威胁与奥迪方面谈判。为安抚经销商,奥迪方面不得不作出妥协,表示将暂停与上

曾公开表示:“奥迪在中国需要两条腿走路,以此在上升的中国市场占据更大份额。”

数据显示,今年一季度,奥迪在华累计交付新车15.43万辆,同比增长41.9%,其中3月更是创下了历史新高,在华交付了新车5.4万辆,同比增幅30.6%。但第一季度奔驰和宝马的在华累计销量分别为16.99万辆和15.29万辆,虽略

作已有20多年,建立同品牌两家合资公司后,如何平衡双方的竞争,上汽奥迪能否做出与一汽-大众奥迪一样的市场和号召力也仍是疑问。

“作为奥迪来说,如何平衡好双方竞争很关键,尤其是未来竞争可能比较激烈的南方区域,在对经销商的任务量要求、商务政

汽合作计划。

到了2017年2月16日,CA-DA奥迪经销商联会在三亚成立,一汽奥迪经销商们发布“三亚声明”,提出在2020年完成100万辆的销售目标后,将不反对奥迪选择新的合作伙伴及建立新的销售网络。

随后在2017年5月19日,奥迪经销商联合、一汽-一汽-大众、

高于宝马,却已被奔驰反超。面对奔驰和宝马在中国市场的快速增长,宣称“连续30次夺得中国豪华车市场年度销量冠军”的奥迪压力不小。

另一方面,从上汽角度来说,其心念豪华车市场已久,自辉腾停产,2016年上汽借上汽大众推出的辉昂承担了集团品牌向上突围的重任,但上市近两年,辉昂的销

策等方面要作出调整。”颜景辉表示,自卖方市场变为买方市场之后,竞争非常激烈。

这种情况下,不同品牌之间是份额之争,同品牌之间是生死之战,如若伤害了任何一方的经销商,最后伤害的是品牌自己的利益。“事业、命运和利益是共同体,奥迪需要本着共赢的长远想

奥迪四方根据“三亚声明”中的诉求达成共识并签署协议:各方将努力确保在2022年实现销量90万辆;第三方公司不得早于2022年1月在中国进行销售;未来在中国由一个销售公司管理经销商网络并定义网络标准,现有奥迪经销商都将获得该销售公司授权;奥迪公司未来在中国销售和产品的全部在当期前一汽-大众奥迪经销商现有

量表现并不理想。乘联会数据显示,2016年至2017年上半年,辉昂始终处于“叫好不叫座”的尴尬境地,月销量基本在三位数徘徊,直至2017年下半年,销量才开始有所上升。2018年前5个月实现销量1.15万辆。

在豪华车市场上长期无法突围,此次联手奥迪,也被外界看作是新的希望。财通证券彭勇认为,

法看未来。”

颜景辉同时表示,上汽奥迪要想做出与一汽-大众奥迪一样的市场和号召力需要一个过程,不是一年两年就能达到的,主要看公司未来在产品力,特别是服务力方面能否做到位。

值得一提的是,此前不久,德国媒体报道称奥迪CEO施泰德因

优化布局

汉腾汽车相关负责人告诉记者,公布二期项目的产能规划,是为了给经销商和用户提振信心。

6月6日,汉腾汽车正式获批轿车生产资质,这也意味着公司将正式进军轿车领域,实现SUV、MPV及轿车的全产品线布局。汉腾首款纯电动轿车已在北京国际车展上首次亮相,最大续航里程设计目标将超过400公里。

汉腾汽车表示,公司在成立之初就确立了“高起点 双驱动”的品牌战略,实现传统动力汽车与新能源汽车的双驱动布局。一方面,汉腾汽车坚持传统动力汽车与新能源汽车并重的产品战略。另一方面,针对国内市场现状,深入洞察消费者心理和市场激烈竞争中的机遇,双驱布局最热的两个细分市场——SUV和MPV,打造更加贴近消费者需求的好车。

据介绍,汉腾汽车目前已经上市的车型有汉腾X7、汉腾X5、汉腾X7S三款传统动力车型及汉腾X7 PHEV一款新能源车型。今年下半年,汉腾纯电动轿车及汉腾X5 EV将会推向市场,将会进一步丰富产品线,为消费者带来更多选择。

除丰富产品线外,销售渠道建设也是提升市场终端销量的一大法宝。根据汉腾汽车官网公布的数据,截至今年6月底,经销商网络已遍布中国大陆全部31个省级行政区,覆盖近260个地级市,卫星店及二级网点已超过1300家。

“未来公司会继续加大二级、三级网点的铺设,鼓励经销商下沉,进一步开拓三四五线城市及县乡等市场,到今年年底,销售网络将达到280家。”汉腾汽车上述负责人告诉记者,我们公布二期项目的产能规划,也是为了给经销商和用户提振信心。

汉腾汽车表示,在未来三年内,公司规划有A-级、A+级和B级SUV以及A级和B级MPV等多个平台车型。“我们相信,随着新产品的上市,汉腾汽车必将迎来更好的市场表现,增加搏击市场的实力和底气。”

展厅和服务区域提供销售和服务。

按照《5·19协议》,上汽奥迪的首款车型上市将不得早于2022年。至于车型选择,奥迪(中国)总经理魏永新在今年4月曾公开表示,目前还没有做出最终决定。“与上汽的合作仍处于第一阶段,双方正在推进相关的产品分析工作。在前期的可行性调研过程中,我们会探讨多个可能性。”

受汽车消费升级的刺激,豪华车的销量增速超过行业均值,市场份额不断提升,上汽奥迪未来有望引入多款奥迪车型,保障业绩高速增长,稳固行业龙头地位,提升公司估值水平。而对于奥迪方面来说,合作意愿同样强烈,奥迪在一汽-大众的股比仅为10%,分红较少却贡献了约一半的利润,寻找第二个合作伙伴的意愿十分强烈。

为“排挤”被捕,其在狱中已经承认了造假的事实。

据了解,施泰德是上汽奥迪项目的最核心支持者,因此有业内人士分析称,施泰德被捕一事对奥迪在华业务的影响可能会直接反映在项目规划上。这也给奥迪在中国的这次战略选择增添了一丝不确定性。