

# 零部件“减配”续航打折 汽车消费环境仍待完善

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

汽车消费是我国稳增长、扩内需的重点领域和支柱型产业。在进一步释放潜在消费需求的基调下,着力稳住汽车等大宗消费成为关注焦点。

近期,中国消费者协会(以下简称“中消协”)发布 2023 年第一

季度的《汽车投诉情况专题报告》(以下简称“《报告》”)。《报告》显示,2023 年第一季度,汽车及零部件领域消费者投诉达到 10552 件。其中,发动机或变速箱故障、发动机漏油、二手车价格问题乱象丛生为老生常谈的问题,“锁电”、续航缩短、智能辅助驾驶系统失灵、未按时交付等问题成为

投诉热点。

“近年来,随着新能源汽车和智能网联技术的快速发展,汽车消费领域的消费者投诉呈现出多样化、复杂化的趋势。”中消协方面表示。

随着我国汽车市场从增量市场向存量市场迅速转换,二手车行业早已成为汽车消费产业中的重

要组成部分。针对《报告》中提及的故意隐瞒车辆真实情况等二手车消费问题,北京市华和律师事务所律师常建业对《中国经营报》记者表示:“消费者应通过正规途径购买二手车,与此同时,要注重审查合同细节,特别是责任承担的相应条款。在意识到‘上当’之后,要及时留存证据。”



二手车市场由于缺乏透明度,导致消费者无法获取准确的价格信息,容易被不良商家欺诈骗或误导。

## 二手车领域价格问题乱象丛生

隐瞒车辆过户次数、车辆瑕疵信息等是二手车市场常见“陷阱”。

二手车消费早已成为汽车消费市场的重要组成部分。然而,在二手车消费市场,由于信息不透明等问题的存在,一部分消费者对购买二手车仍然缺乏信心。

记者了解到,一些不良经营者利用二手车市场买卖双方的信息不对称,故意隐瞒车辆真实情况,导致消费者遭受经济损失和安全隐患。

《报告》显示,其中涉及的问题主要有以下三个方面:一是隐瞒车辆过户次数。如一些二手车平台销售人员宣传车辆为未过户车,但消费者购买后发现实际有多次过户记录。二是隐瞒车辆瑕疵信息。如掩盖车辆刚蹭痕迹或隐瞒车辆维修记录、事故记录、泡水信息等。三是修改调低车辆行驶里程,如消费者购买时表盘显示车辆为低里程数,但购买后检测发现车辆实际行驶里程数远高于表盘显示里程数。

此外,二手车市场由于缺乏透明度,导致消费者无法获取准确的价格信息,容易被不良商家欺诈骗或误导。

具体来看,主要有以下三

种情况:一是虚构车源,低价诱客引流。一些二手车平台为增加交易机会,在网上发布虚假低价车辆信息,消费者前来购车又告知车辆已经被售出。二是巧立名目乱收费。由于二手车交易无明确收费依据,一些二手车交易市场借机巧立名目收取“拆牌费”“解抵押手续”“交易服务费”等费用。三是骗取定金。一些不良二手车经营者以非法占有消费者钱财为目的,在消费者支付完购车定金后,人为设置障碍使得车辆无法顺利过户,并以消费者违约为由骗取消费者定金。

中消协方面表示,建议相关行政部门加强对二手车商家资质的审查和信用评价,强化二手车交易过程的监督管理,建立黑名单制度,对违法违规的商家进行惩戒和曝光;建议相关部门尽快完善《二手车流通管理办法》等相关法律法规标准,充分发挥汽车维修电子档案系统作用,确保各相关主体能够便捷查询二手车相关信息;加强二手车销售服务规范管理,严厉打击乱收费、强制捆绑、虚假宣传、骗取定金等违法行为。

# 增持阿斯顿·马丁股份至 17% 成第三大股东 吉利全球化版图再扩张

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“汽车狂人”李书福继续开启“买买买”全球扫货模式。5 月 18 日,浙江吉利控股集团有

限公司(以下简称“吉利控股”)宣布,与英国超豪华性能品牌阿斯顿·马丁·拉贡达国际控股(以下简称“阿斯顿·马丁”)进一步达成新的合作协议。《中国经营报》记者注意到,作为

合作内容的一部分,吉利控股已完成对阿斯顿·马丁的股份增持,增持后吉利控股所持股份约为 17%。根据阿斯顿·马丁在伦敦证券交易所发布的公告,吉利控股将成为这家传奇超

## 增持阿斯顿·

马丁股份公开资料显示,阿斯顿·马丁汽车品牌由莱昂内尔·马丁(Lionel Martin)和罗伯特·班福特(Robert Bamford)于 1913 年在英国组建,2018 年 8 月 29 日已在伦敦证券交易所上市。

吉利控股则是国内民营汽车企业集团的龙头企业,公司始建于 1986 年,1997 年进入汽车行业,现资产总值超 5100 亿元,员工总数超过 12 万人,连续 11 年进入《财富》世界 500 强(2022 年排名 229 位),是全球汽车品牌组合价值排名前十中唯一的中国汽车集团。

吉利控股对阿斯顿·马丁的股

份收购始于 2022 年 9 月 30 日,吉利控股对外宣布,已完成对阿斯顿·马丁 7.60% 的股份收购。彼时,吉利控股 CEO 李东辉表示:“我们很高兴正式成为阿斯顿·马丁的投资者。吉利控股在支持入股企业转型方面拥有丰富经验,且在超级电动和智能网联领域具有深厚的技术积累,这将助力阿斯顿·马丁在未来取得更大成功。”

李东辉进一步表示:“期待与阿斯顿·马丁共同探讨协同合作机会,阿斯顿·马丁将继续坚持其发展战略,致力于实现长期可持续增长,提升盈利能力。”

## 吉利扩充全球化版图

实际上,此番增持阿斯顿·马丁还只是吉利控股全球化布局中的一小块版图。作为国内民营汽车集团的“掌门人”,李书福早已凭借对沃尔沃等汽车品牌的并购而闻名全球。

时间拉回至 2010 年,吉利控股斥资 18 亿美元,从福特手中买下沃尔沃轿车业务,并获得沃尔沃轿车品牌的拥有权,这也是汽车史上著名的“蛇吞象”案。彼时,沃尔沃汽车全年销量仅为 33.5 万辆,营收 957 亿瑞典克朗,年亏损达到 51.9 亿瑞典克朗。

收购沃尔沃汽车 10 年之后,沃尔沃汽车的全球销量翻了一番,在欧美市场销量全面增长的同时,中国成为沃尔沃汽车第二大本土市场,销量达 10 年前的 5 倍。2021 年 10 月 29 日,沃尔沃汽车宣布在瑞典

斯德哥尔摩证券交易所成功挂牌上市。

吉利和沃尔沃开展了一系列的协同合作,领克便是吉利汽车和沃尔沃汽车合资的新时代高端汽车品牌。此外,吉利与沃尔沃联合投资成立的极星电动汽车项目亦取得了极大成功。2022 年 6 月,极星宣布登陆纳斯达克。

对沃尔沃汽车的成功并购,是吉利开启全球化之路的加速器。2017 年,吉利控股入股马来西亚 DRB-HICOM 旗下宝腾汽车,全面主导管理宝腾,助力宝腾实现品牌复兴。

有关数据显示,自吉利入股以来,宝腾汽车于 2019 年扭亏为盈,截至 2022 年年底,实现营业收入翻倍(2018 年 338 亿马币,2022 年 939 亿马币),连续 4 年销量和市占率在

据悉,此番增持阿斯顿·马丁的股份,是吉利控股全球战略布局和投资的重要组成部分。记者了解到,此次增持后,吉利控股将有权任命一名非执行董事加入阿斯顿·马丁董事会,同时还还将拥有一个董事会观察员席位。

李书福表示:“自去年 9 月首次收购阿斯顿·马丁少数股份以来,我们一直与执行主席劳伦斯·斯托尔先生及其团队坦诚合作,携手探索技术协同和新的增长机会。双方将加强合作,充分发挥这个传奇超豪华性能品牌的卓越潜力,助力其实现长期可持续增长。”

马来西亚市场排名第二,海外出口销量排名第一。宝腾汽车销量连续 4 年持续攀升,从 2018 年的 64744 辆增加到 2022 年的 141432 辆,销量增长 118%,市占率翻番(2022 年达到 19.6%)。

今年 5 月,宝腾迎来 40 周年暨首款新能源产品正式上市。据悉,未来在吉利的战略支持下,宝腾每年至少推出一款新能源产品,双方将共同培养新能源汽车人才,共建马来西亚新能源汽车生态,助力宝腾成为东盟地区新能源汽车品牌引领者。

2018 年 2 月,吉利集团有限公司(由李书福拥有、吉利控股管理)宣布,已通过旗下海外企业主体收购戴姆勒股份公司(以下简称“戴姆勒”)9.69% 具有表决权的股份。2019 年 3 月,吉利控股和戴姆勒宣布,双方将成立合资公司,在全球

豪华性能品牌的第三大股东。

对于此次的股份增持,吉利控股董事长李书福表示:“增持阿斯顿·马丁的股份,体现了我们对其增长前景、技术实力和管理团队的信心。”

劳伦斯·斯托尔表示:“此次合作的达成是实现阿斯顿·马丁宏伟蓝图的关键一环。自去年首次入股阿斯顿·马丁后,吉利控股就对阿斯顿·马丁长期增长并获得成功充满期待。与吉利联手,可以让我们更加深入了解中国这一战略增长市场,并有机会获得吉利一系列先进的技术支持。”

劳伦斯·斯托尔还表示:“双方对阿斯顿·马丁的发展愿景不谋而合,促成了吉利成为更重要的股东。此次交易使双方确立了更加长期的合作伙伴关系,我相信这种合作将为所有股东创造重大价值。”

范围内联合运营和推动 smart 品牌转型,致力于将其打造成为全球领先的高端电动智能汽车品牌。

2022 年 5 月,吉利汽车发布公告称,将通过其子公司 Centurion Industries Limited,持有雷诺韩国汽车 34.02% 的股份。同年 11 月,吉利汽车完成入股雷诺韩国汽车,将向韩国市场推出全新混动技术及车型。新产品将采用吉利位于瑞典研发中心研发的世界级 CMA 模块化架构,并使用吉利先进的混动技术,预计 2024 年量产。

记者注意到,从产品输出到技术输出,吉利汽车的授权收入进一步增长,2022 年实现 16.6 亿元收入,同比增长 29.9%,进一步支撑未来盈利,也持续带动了吉利汽车国际化,奠定吉利在全球的领先地位和品牌影响力。

## 刘展术履新产品管理执行副总裁

# 捷豹路虎本土化战略或再提速

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

捷豹路虎在华再度迎来一位本土化高管。5 月 23 日,公开报道称,捷豹路虎中国总裁及首席执行官潘庆向捷豹路虎中国和联合市场销售与服务机构的员工发送了人事任命邮件,自 2023 年 5 月 23 日起,刘展术加盟捷豹路虎,担任产品管理执行副总裁,直接向潘庆汇报。

上述报道称,刘展术主要职责是支持捷豹路虎“重塑未来”战略与“聚焦今日”在中国的产品管理工作。针对上述消息,《中国经营报》记者在当晚联系刘展术本人,其向记者表示:“今天(5 月 23 日)刚内部宣布,核心是(负责)产品相关(的)工作。”

公开资料显示,刘展术本科毕业于中国青年政治学院,后就读于清华大学 MBA、哈佛商学院,曾担任一汽-大众奥迪销售事业部战略与运营管理部部长,通用汽车市场营销高级经理,通用汽车(中国)别克品牌总监,极氮智能科技客户发展高级总监。而在此番履新捷豹路虎产品管理执行副总裁前,刘展术曾在 2022 年 6 月入职岚图汽车销售服务有限公司,担任副总经理。一年时间不到,刘展术便从岚图汽车低调离职。

记者注意到,今年以来,捷豹路虎不断深化人才本土化战略。今年 4 月,也就是一个月前,吴辰正式出任联合市场销售与服务机构总裁,直接向潘庆和奇瑞捷豹路虎董事会进行汇报。

2021 年 2 月,捷豹路虎发布“重塑未来”全新全球战略,捷豹路虎全力开启未来出行之路,在

2039 年实现净零碳排放;至 2030 年,捷豹路虎将为每个车型进行逐一提升,所有车型都将提供纯电动版本。此外,捷豹路虎全球所有制造基地都将持续运营,但会根据全新战略规划,进行规模、功能和组织上的调整。

记者了解到,在“重塑未来”全新全球战略下,捷豹品牌将自 2025 年起成为纯电动豪华品牌,未来车型将基于品牌特有的纯电动平台量身打造,从而全面释放品牌独一无二的潜力。

而在“重塑未来”全新全球战略下,路虎品牌将采用全新 MLA 豪华电动化架构以及 EMA 豪华电动模块架构,并在未来 5 年间推出 6 款纯电产品,继续保持其在全球范围豪华 SUV 领域内的领导地位,第一款纯电路虎车型将于 2024 年推出。

潘庆表示:“这不仅是因为过去十年间,捷豹路虎在华蓬勃发展持续地带来积极效应,更因为中国在汽车市场规模、消费者年轻化、产品布局、企业运营盈利能力等方面在全球维度的不可替代性。而更具重要意义的是,中国是驱动产业变革、创新协作的世界孵化器。”

今年的上海车展期间,捷豹路虎宣布了一系列“重塑未来”全球战略的最新举措。据悉,未来五年内,捷豹路虎将投资 150 亿英镑加速“重塑未来”全球战略推进。

不久前,豹路虎公布 2022/23 财年(2022 年 4 月至 2023 年 3 月)以及第四财季(2023 年 1 月至 3 月)财务表现。数据显示,捷豹路虎全年营收 228 亿英镑,同比增长 25%。第四财季营收 71 亿英镑,同比增长 49%。