汽车杂志
新京报 Automobile
激 情 驾 驭 梦 想

芝加哥车展靓车掠影@B10

日内瓦车展前瞻@B17&B18

开往春天的车展

从当下的芝加哥车展，再到3月份的日内瓦车展，下一站，就是4月的北京国际车展，敬请期待。

新京报制图/赵斌 实习生 许骁

■ 一周谈

全球危机下车企强弱悬殊拉大

2011年，通用强势复苏，大众、现代高速增长，雷诺日产也破了销售纪录，全球汽车工业重排座次，看似活力四射，但事实上却未解隐忧，2008年金融危机以来的市场低迷并没有得到根本性的改变。在这种情况下，掌握大量资金、技术的大车企更容易实现资源的积聚。而对于规模较小的汽车制造商来说，日子会越来越难过。

据统计，2011年全球最主要的汽车市场均表现疲软。欧洲市场销量增长仅为1.4%，其中葡萄牙、希腊等国家的下滑幅度超过三成，而原本增长潜力巨大的东欧国家也出现了超过两位数的下滑；中国市场增幅大幅度收缩，仅为2.5%，市场进入调整期；巴西等南美国家平均增速为2%左右；日本市场则大幅下滑达15.1%；表现最好的是美国市场，增长10%。

很显然，汽车制造商无法从传统和新兴市场上获得更多的新增销量，尤其是中国、南美、东欧等潜力市场增速的放缓，导致竞争更多发生在了份额的争夺上。在这种情况下，大集团联合作战的效应显现出来：一方面资本强大，抵御风险的能力强，未来战略不会受到眼前危机的影响；另一方面，企业在技术研发、生产、销售、网络、市场推广等方方面面都占尽优势，争夺市场份额的能力更强。通用、大众、现代起亚、雷诺日产等都是典型从危机中谋求增长的大企业代表。

而在这种情况下，小企业则变得愈发弱势，眼睁睁看着份额被挤占却无能为力。去年从福特独立出来的马自达在截至3月31日的2011财年中，预计净亏损将达到12.9亿美元，可能创下该汽车商11年最差财务业绩，马自达的信用评级将面临降级的风险。马自达不得不“积极”寻求合作伙伴，并“考虑到每一种可行的办法”，设法筹集更多资金其中包括抛售公司股票的可能性。马自达的亏损源于其在全球市场的失利，在脱离福特之后，成本高涨并缺乏母公司的支持，这种弱势表现变得非常危险。

同为日本企业的本田在2008年后就急剧收缩战线，谨小慎微的商业战略导致诸多新车项目下马，市场战略的回缩加上日本地震的影响，全年销量下滑13%，由于本田避险战略趋势明显，这种下滑态势或将持续下去。

在欧洲市场，小车企悲剧同样在上演。被通用卖掉之后的萨博虽从瑞典跑车制造商世爵那里得到支持避免了第一次破产，但最终还是没能逃脱破产的命运。萨博并非缺乏产品与技术，问题在于过分局限的销售区域和小众化的定位。一旦所依赖的市场出现问题，就很难翻身。而沃尔沃品牌在并入中国吉利控股旗下之后，凭借中国市场豪华车的高速增长而获得了新的生机，正所谓靠着大树好乘凉。

欧宝是欧洲另外一个挣扎中的企业，虽然名义上仍然归属通用汽车，但作为通用欧洲分部独立运营，在某种程度上相当于一家独立制造商，未能在战略上形成集团效应。目前欧宝及其下属的沃豪品牌仅限于在欧洲和大洋洲部分市场存在，地域局限性大大影响了品牌的生存基础。另外，通用汽车大批量地向欧洲出口基于欧宝技术的雪佛兰和凯迪拉克品牌汽车，在一定程度上也挤占了欧宝的市场空间。并且，由于全球化的失败以及成本高昂等原因，欧宝在德国本土的竞争力也逐渐下降，从前在德国与大众平起平坐的欧宝正被远远地甩在后面。

全球汽车市场的危机正在继续，群狼与孤羊的局面也必将持续，小型制造商的路越走越窄，一场重新洗牌或许就在不远的将来。

□崔卓佳

B13·新车前沿 全新换代伊兰特年中投产
或将启用全新名称

B20-B22·本地关注 盘点：二手车交易去年日益趋热
至去年12月已连续5个月超新车销量

责编 魏希宁 图编 李冬 美编 王璇 责校 张彦君