

一汽马自达“冲量先锋”沦为拖后者

■ 本报记者 谢育辰

京城一家一汽马自达 4S 店门前为何捆绑销售“同胞兄弟”长安马自达的 CX-5?

带着这样的疑问,《中国企业报》记者走进该店。据该店工作人员介绍,“由于北京两家 4S 店的投资人为同一个人,为了将利益最大化,所以才将长安马自达的畅销车型挂到一汽马自达的屋檐下。”然而,就在记者了解其原由的过程中发现陆续有消费者到店直接盘问 CX-5 的信息,而该店内的 SUV 车型 CX-7 的关注度却异常冷淡。

这或许是马自达在华发展的一个缩影。马自达(中国)发布的销量数据显示,前四个月累计销售 7.9 万辆,同比增长 13.1%。但长安马自达以及一汽马自达两大合资企业在销量上反差明显,其中长安马自达前四月同比增长 73%;一汽马自达同比下滑 28.6%。从整个渠道上来看,马自达在华的经销商数量大致有 450 家,这其中一汽马自达占据其中 250 家—260 家,但销量上却落后于长安马自达近 2 万辆。俨然,一汽马自达由之前的冲量先锋转眼沦为拖后者。

一汽马自达骤降 南北马自达平衡术失效

“这种情况在两年前,是反过来的,一汽马自达的销量一直领先于长安马自达,持续到去年年底。”马自达(中国)董事长稻本信秀接受媒体采访时表示。

目前,一汽马自达 4S 店里在售的国产车型包括三代同堂的马自达 6(老款马自达 6、睿翼和阿特兹)、SUV 车型 CX-7 和一款 MPV 车型马自达 8,相比 4 月份卖出的 7879 辆的成绩,车型平均销量不足 2000 辆。

榜单公布之后的两周里,业界把问题焦点都对准了销量不增反降的一汽马自达。环顾当时的马自达毅然决然地放弃海马,选择了与“国家队”一汽轿车合资,按照其内部计划本该顺风顺水的发展轨迹,如今为何却远落后于后来者长安马自达?

稻本信秀认为,“一汽马自达销量下滑的原因在于新产品推出迟缓。”在 2013 年之前一汽马自达确实被外界认为“仅靠一款马 6 打天下”,但是进入 2014 年,一汽马自达明显加快了新车推进速度,其中包涵全新 SUV CX—7,还有结合“创驰蓝天”技术和“魂动”设计的阿特兹,不解的是销量从 2013 年的 12.1 万辆跌落至 2014 年 10.65 万辆,销量不但没有增长反而下跌 12.2%。

细观其销量构成,马自达 6 和刚上市不久的阿特兹依然是消费主力,占其市场份额的 92%。《中国企业报》记者在去年阿特兹上市时就曾分析“三代同堂”和大幅度降价的营销策略对产品力不占优的一汽马自达来说存有隐患,不仅容易流失之前的目标人群,还会挫伤品牌形象影响力。市场证明阿特兹去年月均销量只停留在 4600 辆,跟月均销量动辄上万的帕萨特、迈腾、雅阁无法相提并论。而马自达 6 也自降身价对标朗逸、速腾等 A

级车。无独有偶,在南北大众把守的 A 级车市场,月销 5000 辆的马自达 6 也未能在前 20 名中占有一席之地。明星车型的铩羽而回导致一汽马自达渐露颓势。

反观长安马自达方面,依托热销车型昂科塞拉以及 CX-5 实现了大幅增长,前四月累计销量突破 4.9 万辆,领先一汽马自达近 2 两万辆,马自达在华的“平衡术”宣告失效。

走向全面合资 还是沦为“一汽通用”?

在华陷入“冰火两重天”的马自达将目标锁定在了 22 万辆,其中明确指出 70%的贡献率将由“创驰蓝天”的车型提供。目前,马自达在华销售的车型中仅有马自达 3 昂克塞拉、马自达 6 阿特兹和 CX—5 三款车搭载了该技术,长安马自达占据其中两款。

行业分析师封世明认为,“不管从车型配比还是市场表现,马自达中国正逐渐向长安马自达方面倾斜,之前马自达弃海马选择一汽并不是明智之举,但是眼下马自达想要突破品牌瓶颈,必须理顺与两家合资公司的关系。”

或许单从公司名称上看,马自达两家合资公司的名称并没有什么出入,

但实质上一汽马自达只承担销售任务,不像长安马自达和其他合资车企那样同时集生产、采购、销售乃至研发等多功能于一体。

现阶段,一汽马自达依然限于技术合资层面,也就是说一汽轿车为马自达代工,在一汽马自达的销售公司中,马自达仅占 40%的股比,这也就决定了其利润点主要源自技术转让费和一汽马自达 40%的销售盈利。眼下,一汽正在酝酿整体上市,外界认为一汽和马自达全面合资的问题或迎来突破口,但是面对《中国企业报》记者的采访,一汽马自达市场部公关传播室主任宋晓娟并没有给出任何回复。

众所周知,坐等与一汽轿车股比谈判的不仅仅只有马自达一家,一汽-大众股比调整也正陷入拉锯战,封世明认为,“站在马自达的角度,将利润率和技术成熟的车型投放给长安马自达无可厚非。但是以此作为与一汽轿车谈判的砝码,显然马自达并不具备大众那样的‘谈资’,一汽马自达倘若不能后程发力,很有可能重蹈一汽通用的覆辙,迈向‘离婚’边缘。”

虽然大树底下好乘凉,但同时蚍蜉也难撼动大树。一汽马自达能否走向全面合资的道路,取决于其如何为自己加码。

中铁七局郑州展“铁军”风采



片箱梁成功架设

■ 王红伟 姬昆生 李成威

晚开工 8 个月,克服重重困难,在保质保量的前提下,与其他标段工程同步完工。2015 年春节前夕,中铁七局郑州公司在郑州市陇海路快速通道工程大学路以东主线高架部分再次创造了纪录。至此,纵贯郑州市东西 29 公里长的陇海快速通道高架部分全部通车,郑州市“环形 井字”快速路网体系雏形初现。此举,也获得了郑州市委市政府的高度肯定。

急难险 众志成城克难关

陇海路是郑州市中心的主要干道,紧靠郑州火车站。这条路的历史可以追溯到清末民初修建陇海铁路的时候,由布厂街至现铁路文化宫,为一条土路。经过历史的变迁,上世纪八九十年代基本定型,其总体框架格局是根据郑州当时的城区发展规模确定的,而今已经严重落伍。2013 年,陇海路快速路工程开工,期望以此改变郑州城市格局,实现火车站地区及中心城区交通畅通。然而,从庆丰街至一马路的 1.2 公里,成了摆在施工者面前的最大难题。既要上跨下穿京广、陇海客货铁路线,涉及铁路营业线施工,又要面对路段内人、车流量大,地上建筑稠密,地下管线纵横交错,难度可想而知。

2014 年 5 月 4 日,在其他标段已经开工近 8 个月的情况下,中铁七局郑州公司临危受命。这项工程能否干好,很多人在刚开始时就打了一个大大的问号。

“在这空前的压力面前,不但要求我们信念坚定,更要拿出破釜沉舟、背水一战的气概和作为,确保民生工程按时竣工。我们是铁军,我坚信我们一定能够打赢这场攻坚战。”项目开工时,中铁七局郑州公司总经理杜翔斌的一番话犹如一针强心剂。

标段内地下管线密布,通信信号、电力电话、军用光缆等密如蛛网。同时,标段内又必须完成主线桥桩基 236 根,最深桩基达到 48 米,为了切实保护地下管线,该项目部联系了众多管线单位,但也只是改移了 2/3 的管线,还有 1/3 的管线因为年代久远,已经找不到负责单位。怎么办?经过商议,项目部采取人工探测的方法,先在桩位下挖 5—6 米,在确保没有管线的情况下再进行机械钻孔。虽然耽误时间,但是保证了管线的安全。

下有“深渊”,上有“飞瀑”。该标段施工需两次下

穿上跨京广、陇海铁路客运线和货运线,属于铁路营业线Ⅱ级施工,技术要求高、施工难度大、安全风险大。特别是货线下穿施工,需要将既有的涵洞破除,而且货线属于高填筑,达到 7 米,路基边坡陡,在基坑开挖时,为确保线路安全,项目部安排副经理牛毅全程盯控。

7 月 29 日,倾盆大雨持续了很久,16 点 20 分,货线 1 坑底部污水管道破裂,大量雨、污水涌出管道灌入基坑,如不及时清理,将危及路基。险情就在眼前,项目副经理牛毅迅速组织人员进行抢修。此时雨越下越大,破损的管道犹如决口之堤汹涌澎湃,水位迅速上升。牛毅见状,一个箭步冲入基坑,艰难地走到污水管道前,左手扶着管道旁绑好的钢筋墙,弯下身子,用身躯向缺口处堵去。前来支援的项目副经理全贺指挥钩机排水。由于现场嘈杂,相互之间难以听到彼此讲话,全贺直接走到工作坑边缘指挥抢险。突然,脚下一滑,全贺直接掉入布满污水的坑中。被扶起后他一个劲儿喊着:“别管我,我没事儿,没事儿,赶快抢险,基坑支护赶紧加固。”

运梁只能选择在晚上进行,12 月的郑州,夜间温度平均在零下 4 摄氏度。路上要经过 8 个十字路口,每次运输箱梁,交警部门和河南省公安厅第一工程公安局的干警们都来帮助维持交通秩序。长距离运输,主要问题就是轮胎,220 吨重的梁体让轮胎的承受能力不堪重负,爆胎几乎每晚都会发生。项目部安排安全防护和应急检修的两辆面包车跟在运梁车后面,遇到爆胎情况,马上进行备胎更换。

项目部安全总监王前说:“一共用了 16 个晚上,我们运完了 22 片梁,现在想想,每一个晚上都提心吊胆。”

稳准狠 同心协力创奇迹

“要横下一条心,拧成一股绳,在确保安全质量的前提下,全力保证各个节点目标的实现。”中铁七局集团公司总经理张建国在项目部检查时这样说道。

这个标段是全线施工难度最大的标段,如果把整个工程比喻成心脏手术的话,那这个标段就相当于“支架搭桥”。

京广铁路是全国铁路交通的大动脉,尤其是客运线,每天约有 500 对列车通行,平均不到 5 分钟就有一列火车通过,在如此繁忙的线路上施工,难度和 risk 可想而知。

国企改革指导意见出台 或拖至年底

(上接 G01 版)

“我们注意到,前一阶段的央企官方一直没有肯定的结构重组的文件,这次意外地出现在名单之中,这可能就意味着央企重组仍然会有大的动作。”徐文中指出,“在《意见》公布第二天,股市暴涨,其中‘中’字头的央企行情较好,相信与这个《意见》的出台不无关系。”

“从《意见》中可以看出,央企重组的方案并没有被否认,甚至有一个全盘的计划。这种总是否认总是在做的怪现象,可能会使得人们对官方的辟谣和否认更不相信了。”业内人士称,“消息公布后,各媒体紧紧扣着重组潮这一词汇不放,又炒作了一把。”

方案已出台,年底能否画句号

早在去年底,权威人士就曾透露,国企改革顶层设计可能会以“1+N”形式发布,预计在今年一季度出台。但时至今日,国企改革的相关方案仍未落地,关于“N”也一直没有官方的权威表述。

有媒体报道称,从近日批复的《意见》中可以发现,相较于今年的中央政府工作报告,政府对国企改革方案的推进已经到了非常细化的程度。着重要求形成纲领性文件,并且首次以官方身份明确了“1+N”系列文件所涵盖的具体内容。

“去年 5 月,国家发改委发布了《关于 2014 年深化经济体制改革重点任务的意见》,并提出 9 大任务。当时,国企改革是被列为第四项改革任务。而今年一下子将国企改革提至改革的第二项任务,并且单独成段,并细化为 6 项重点工作。可见接下来国企改革的步伐会进一步提速。”姜朋称。

徐文中则表示,目前大家共同关注的是国企改革指导意见能否在年内出台。因为发改委这个文件是 2015 年的工作要点,并没有表明这些文件是否会在多长时间内出台,人们就有理由认为这些文件可能会在年内出台,而官方也并没有表明时间,人们的关注可能会持续到 2015 年年底。

有关人士注意到,《意见》并没有财政预算和薪酬改革等重要内容。相关人士分析,这些文件多是与发改委有关的,而财政部、人社部等相关部门起草的文件并未出现在名单中。特别是薪酬改革,是目前国企议论较多的问题,在央企高管薪酬改革办法实施后,有关配套制度包括职业经理人制度,都应该有相关的政策措施。这个文件体系包括了国企改革的主要内容,但还不是完整的体系。因此,不能具体对国企改革下结论,等相关文件都亮相后,才能形成全面的、正确的判断。