

中国中铁、铁建被指合并需求强烈 高铁出海成最大诱因

■ 本报记者 宋箭

自7月初,中铁建和中国中铁连续发布公告,告知了一系列人员调动的情况:原中国中铁建执行董事、总裁张宗言从中铁建辞职,改任中国中铁总裁,中铁建经理层由副总裁庄尚标主持。而原中国中铁总裁戴和根则改任中铁物党委书记、总经理。

这一系列的人员变动让有关“中国中铁、中铁建合并”的传言再次兴起,记者向两家公司求证这一消息时,两家均表示暂未有此情况,只是一次人员调动。

中国中铁、中铁建 辟谣合并传闻

南北车合并后,作为铁路基建的两家龙头企业在今年上半年也曾数次传闻要合并,但均被辟谣。

而此次的中铁建总裁调任中国中铁的消息又一次引起了新的合并传闻,记者为此以投资人身份向中国中铁求证这一消息,中国中铁相关部门表示,目前确实有很多合并的谣言,但是希望还是以中国中铁方面发布的消息为准。

中铁建方面也发表了类似声音,“这次只是一次简单的人员调动,不要把调动过于复杂化,目前还没有合并的消息,希望能以中铁建发布的消息为准。”中铁建相关部门如此表示。

业内人士分析,鉴于南北车的“前车之鉴”,辟谣似乎并不能完全否定合并事件的可能性——南北车在合并前夕也经历了数次谣传和数次辟谣,而从实际需求角度,中铁建和中国中铁的合并需求似乎并不如南北车一样强烈。

“中铁建和中国中铁的情况与南北车有所不同,在目前两个公司的业务占比中,有很大一部分都来自于非铁路基建的板块,如果是为了配合铁路出海战略,合并的需求度并没有



那么强烈。”一位铁路基建相关人士向记者表示。

从中国中铁发布的2015年第一季度季报中,也可以窥得一些端倪,在业务板块中,基建板块的新签订单总额为1352.6亿元,而铁路工程新签订单总额为331.6亿元,占比24%,其余订单来自于公路、市政等工程板块。

铁路基建板块 仍需协调

张宗言改任中国中铁总裁是在中国中铁第三届董事会第十二次会议上得以投票通过的,而在这次会议上,还审议通过了另一份议案——《关于投资成立中国铁路国际(美国)有限公司的议案》。

该公司由中国中铁出资190万美元,中铁二院美国公司出资50万

美元,双方合计240万美元,占总股本的24%。

这家公司隶属的单位正是去年11月成立的中国铁路国际有限公司,而后者是由包括中国中铁、中车在内的铁路基建商和轨交制造商合资成立的。

中铁国际的成立很大程度上是配合目前中国高铁出海的“一揽子战略”,目前中国高铁出海都是打包出行,即中车+铁路基建商+企业或金融机构的一揽子方案,从资金、铁路基建到轨交制造的一整套链条。

为了印证这一“一揽子方案”,一位中国高铁出海的项目参与者还向记者举了一个例子,“近期中国参与的一个国家的高铁竞标项目就是如此,项目参与方包括了中车、一家国内的设计院、数家大型中国企业。”

在此次中铁国际美国公司成立

之前,中国中铁曾参与过加州方面的高铁竞标,后因种种原因并未成功,而该公司的成立也被认为是中国高铁合力进入美国轨交市场的一个“桥头堡”。

与轨交制造的一枝独秀相较,铁路基建方面的出海力量显得比较“散”,比如在中国中铁内部,就有中铁国际集团和各个铁路分局的海外分公司等多个出海机构。而各家铁路基建商也在出海项目中各挑一头,比如一度曾竞标成功的墨西哥项目,是由中铁建主力负责铁路基建,而俄罗斯高铁项目则由中国中铁旗下的中铁二院参与竞标。

“轨交制造方面的力量已经整合了,基建方面应该会进行一定程度的协调,这次人员调动对于两家基建商在出海方面的协同合作会有一定帮助。”业内人士如此表示。

北京新能源汽车销售骤升 充电焦虑已非难题

■ 杨毅沉 郭宇靖

从6月份最近一次北京机动车指标配置结果看,新能源汽车已经告别100%中签时代。在一个拥有数百人的新能源汽车QQ群里,最新一期80%多的中签率,让不少潜在消费者担心,新能源汽车以后也不好买了。

统计数据显示,6月份北京新能源汽车上牌数量为1955辆,而5月份上牌数量为1101辆,增速明显加快。在北京市场占有率最大的北汽新能源汽车,今年上半年共销售新能源汽车6223辆,已经超过去年全年5510辆的销量。

与此同时,消费者在北京市场可

选择的新能源汽车车型,也由最初的北汽、比亚迪、江淮等较少车型,增加到现在的10余款车型。

对于不断推出的利好政策,北京市科委新能源与新材料处处长许心超对记者表示,为了增加新能源汽车行业发展的内生动力,政府正在围绕市场的需求来推进政策配套。未来,新能源汽车配套政策的边际效应不会减弱,比如车号限行、停车收费等政策要一年一年地出。

消费者购买欲望的上升,除了配套政策的继续释放,包括充电桩安装、公共充电桩建设等原有问题也在不断解决当中。

在新能源汽车4S店看到,在买

车之前,经销商都会让消费者根据电力企业的要求,填写充电设备申请表、车位证明等表格,以便与小区物业一道推进车主自有充电桩建设。

据了解,为了加强对北京居民区建设充电桩的支持,北京正在建立并完善自用充电桩报装平台。未来理想的状态是,居民先在小区报装,然后将报装需求上报至住建委平台,再推送到物业公司,整个沟通过程可以越来越透明。除此以外,北京还在推广移动充电车。这对老旧小区、车企、酒店来说,在市场机制上是个创新,这也是梯次利用电池的表现。

除了新能源汽车车主在家充电

的环境正在完善,北京公共充电桩建设也在继续推进。原先路上的一些“僵尸桩”,正在紧锣密鼓地调试当中。充电桩建设运营单位普天新能源北京分公司负责人表示,在国家电网去年退出城市公共充电桩市场后,越来越多的企业开始进入这一行业,市场自发建设公共充电桩的热情很高。

对此,许心超认为,现在北京发展新能源汽车的一个重要推广方式,是要建立新能源汽车的生态环境。“如果说公共充电桩运营商现在充电赚不了钱,那么未来它们要从其他地方赚回来,其中包括餐饮等服务业,还可以推动租车业。”

公务车“去豪华”加速 自主品牌竞相填空

随着上汽、长安为首的“国家队”以及吉利、比亚迪等民营企业的强势闯入,自主阵营正逐步登上公务车市场的高地。

■ 本报记者 谢育辰

7月18日下午,在北京亚运村汽车交易市场,随着拍卖师一声落槌,中央及国家机关公车改革取消车辆专场拍卖会第七场结束,一名工作人员告诉《中国企业报》记者“这场拍卖会总成交额高达500万元”。

进入今年,公车改革已经成为各地区整治“车轮上腐败”的重要一环。从最初调整公务车的采购标准到取消一般公务用车,公务车市场格局也随之发生转变,之前占据主导地位的合资品牌和豪华车基本全部进入拍卖市场,而之后的政府采购订单则成为了自主品牌必争的“利益蛋糕”。

合资品牌出局流入公务车拍卖市场

“去年我们一辆奥迪A6L都没卖给政府。”今年年初,一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理葛树文对媒体透露。

在中国以官车形象起家的奥迪,曾一度面临如何摆脱这一“光环”的难题,虽然葛树文表示去年奥迪A6L“去官化”取得了一定的成绩。比如,之前黑色车型占据九成的销售比例,而一年之后非黑色车型已经升至21%。但是,据刚发布的车企半年考核显示,奥迪A6L上半年销量同比下滑15.6%,特别是六月份下滑幅度超过30%,情况显然并没有好转。

奥迪的例子足以窥见公车改革对合资品牌、甚至豪华品牌的冲击。自2011年我国出台了对于公务用车采购实行“双18”的限定(即一般公务用车排量不超过1.8升,价格不超过18万元)及2012年412款入围公务用车采购目录的清一色自主品牌车型,都表明了政策的风向标。直至去年7月份,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了关于公车改革的《意见》和《方案》,宣布取消一般公务用车,并且对于取消的车辆将采取公开的拍卖。

记者在最近几期的公务车拍卖会上发现,合资品牌占据90%以上的比例,其中仅有中华、荣威等几款自主品牌进入了拍卖市场。之前,有相关部门统计公务车市场九成以上均是由合资品牌占据。相比之下,上述两个数字基本吻合。然而,这一格局或将与拍卖市场截然相反,合资品牌主导的公务车市场正逐步转向自主品牌。

自主品牌闯入公务车市场格局将变

十八大以后,被政策所催热,自主品牌汽车在政府采购市场里的边缘化地位正在扭转,公车自主化的步伐正在加快。从政府到军队,越来越多的自主品牌产品进入了政府公务用车采购清单。公车优先用国产,这是一种明确导向。原本被奥迪、奔驰“垄断”的外宾接待礼仪用车也全部被红旗H5替代,外交部长王毅公开示好红旗H7、深圳市委书记王荣成为比亚迪“e6”的代言人。

特别是四总部印发《关于军队贯彻落实〈党政机关厉行节约反对浪费条例〉的措施》明确规定:“公务用车实行集中采购,选用国产自主品牌汽车。”在南京青奥会上,180辆白色和“特警蓝”涂装的荣威W5整齐列队,出现在“平安青岛、平安南京”武装巡逻誓师大会的现场,这批经过上汽特别定制的“跨领域专业SUV”,正式交付南京市公安局,并将作为特警巡逻用车承担起青奥会的安保任务。

事实上,政府采购订单所产生的销量,对于自主品牌车企的贡献度仍然有限,但自主品牌之所以重视这一市场,关键在于品牌提升的诉求。以吉利转型后的第一款车型博瑞为例,吉利将其上市发布会地点选在我国地标性建筑之一的水立方,并且上半年在钓鱼台国宾馆交付首批20辆吉利博瑞外事礼宾用车,此举甚至引起了外媒的广泛重视,“我们希望借此对外界证明,自主品牌不仅可以造车,也可以造出媲美合资品牌的好车。”吉利汽车集团总裁安聪慧告诉记者。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬曾不止一次呼吁国家干部和企业事业单位用车应率先选择自主品牌,不过之后也有官员抱怨“可以满足这一市场的自主品牌车型过少”。据了解,继吉利、一汽奔腾、比亚迪之后,上汽将在公务车市场再布一枚棋子。根据国家“双18”的标准,上汽将推出第二代旗舰产品荣威950,之前搭载的2.4L、3.0L发动机将全部更新为最新研发的1.8T发动机,保证排量 and 价格均符合国家标准。

届时,自主品牌在这个细分市场上的拳头产品分别为奔腾B90、吉利博瑞、长安睿骋、传祺GA6、荣威950等多款产品。根据评级咨询机构中债资信估算,目前中国公务车市场容量约为30至50万辆。特别是一般公务用车取消之后,上亿元的私人市场被激活。

据政府部门人士透露,现阶段各企事业单位和城镇地区公务用车采购数量并不方便统计汇总,暂且没有自主品牌的整体采购数量,但是可以预见的是,随着上汽、长安为首的“国家队”以及吉利、比亚迪等民营企业的强势闯入,自主阵营正逐步登上公务车市场的高地。

HELI

中国合力 提升未来

打造一流精品

创世界知名品牌

统一服务热线: 4001-600761

ISO9001

ISO14001

CE

中国质量认证中心

中国质量认证中心

CE Certification

安徽合力股份有限公司

ANHUI HELI CO., LTD.

电话: 0551-3648005

地址: 安徽合肥望江西路15号

传真: 0551-3633431

E-mail: market@helichina.com

www.helichina.com