上南整合资产交割进展顺利

上海大众将成立南京生产基地

自2007年12月26日上南合作签约后,根据“基本稳定、适度调整、信任支持、融为一家”的工作目标,上南整合顺利推进。4月1日,上海汽车完成对南汽集团100%股权收购工商过户变更手续;近期,上海大众将成立南京生产基地。

融为一家

上南合作协议签署后,上汽根据“基本稳定、适度调整、信任支持、融为一家”的工作目标,迅速成立了新南汽的过渡期指导委员会和管理委员会,履行董事会和日常经营管理责任,同时派出了以陈志鑫为首的工作团队。元旦刚过即进入南汽制定全年发展规划,并实施“百日整合计划”。

工作团队与南汽广大员工融为一体,通过共同努力,资产交割工作进展顺利。按照计划,6月30日将完成资产交割所有工作。目前,已完成上市公司收购南汽集团100%股权的工商过户变更手续。理顺关系之后,上南整合将得以进一步推进。

共赢未来

2007年上南合作签约后,南汽与菲亚特终止了合作协议。一方面,南亚长期产能利用不足;另一方面,上海大众销售旺盛,却由于缺乏新生产基地,面临产能瓶颈。为了尽快形成产能,避免重复建设,在完成了对南亚的评估后,上海大众日前签署资产收购协议,并将于近期正式成立上海大众南京生产基地。新基地计划2008年年中实现投产,当年预计可实现6万辆产能,将迅速为当地经济发展发挥作用。至2010年规划产能为10万辆。

作为上南整合的核心内容,荣威与名爵的协同发展备受关注。在“统一规划、统一研发、统一采购、统一生产、统一营销”方针的指导下,两大品牌初步在采购体系整合、财务流程整合和研发流程整合等方面取得了一定进展。今后,荣威定位强调贵雅经典,成为各细分市场

的主流车型;名爵则强调高性能、操控乐趣等特性,占据各细分市场高端区域。两大品牌将在近期向市场推出一系列新产品。

以上南整合为契机,上汽将进一步推进“核心竞争能力和国际经营能力”的建设。此次北京车展上汽更将以“融合,创新,共赢未来”的主题参展,为消费者提供更好更多的自主品牌产品。

月销20000余台

第八代雅阁荣登冠军宝座

来自全国乘用车联席会的最新数据显示,广州本田第八代雅阁轿车以21068辆的销量勇夺3月份全国中高级轿车销量冠军,创下了中高级轿车单月销量最高纪录,自上市到夺冠,第八代雅阁仅用了三个月时间,同时也创下了中高级轿车销量夺冠的最快速度。不仅充分显示了雅阁品牌的强大市场影响力,同时也表明第八代雅阁在尺寸、技术、安全、品质和服务方面的全面突破获得了中国消费者的认可,无愧于“史上最强雅阁”的称号。

据广州本田负责人介绍,为了缓解第八代雅阁供不应求的状况,整个3月广州本田只休息了三天,现在广州本田黄埔工厂和增城工厂正全力组织生产第八代雅阁,日产能达到800辆,并可根据市场需求及时进行调整。 快豹

■一周车事

Acura即将亮相苏州车展

4月30日—5月5日,2008中国(苏州)国际绿色环保汽车展览会将在苏州工业园区国际博览中心举行。来自北美的豪华品牌Acura(讴歌)将盛装登场,这是Acura首次参加苏州大型车展。本田中国公司与雨田精致公司Acura南京店将搭建300余平方米的豪华展台,展示全新主力车型3.2升TL、旗舰车型3.5升RL和越野车3.7升MDX。据悉,Acura苏州店将于四季度开业,它将为车主提供4年/10万公里保修及免费保养(每5000公里1次)。

唐燕

MINI Clubman深圳首发

日前,MINI家族中的新成员MINI Clubman在深圳登陆中国市场。这款别具一格的MINI车型在一个充满激情和乐趣的活动中揭开面纱。随后,这位超级明星将会在上海和北京亮相。MINI Cooper Clubman Fun和MINI Cooper Clubman Excitement在中国市场的售价分别是人民币32.95万元和36.95万元。MINI Clubman车身比“常规”MINI加长了24厘米,轴距增加了8厘米。在MINI Clubman的右侧,有一个极富想象力的车门Clubdoor,其与前排车门的开启方向相反,使乘客能够更加方便地进入后排。对开式尾门是MINI Clubman另一个独特的设计元素。

大众向乒乓冠军赠GTI轿车

为感谢王皓、张怡宁为乒乓球运动发展所做贡献以及对奥运事业的支持,大众汽车4月3日在北京大众汽车集团(中国)总部举行了“大众汽车国际乒联职业巡回赛冠军交车仪式”,向两位杰出的乒乓球运动员分别赠送一辆GTI轿车,以体现大众汽车积极推动中国体育事业的发展,鼎力支持北京奥运的决心。大众汽车集团执行副总裁、大众汽车集团(中国)总裁兼CEO范安德博士表示,乒乓球是一项讲究精准和技术的运动,这与大众汽车追求完美工艺,对产品质量精益求精的品牌精神不谋而合。大众汽车是北京2008年奥运会汽车合作伙伴。

大众新车在华月销量破10万

大众汽车集团(中国)日前公布,该集团3月份在中国的单月新车零售量首次突破10万辆大关,达到10.32万辆。大众汽车集团第一季度在中国市场的新车零售量增长了32.5%,达到26.82万辆。其中,大众汽车品牌的新车零售量为22.113万辆(其中包括进口车2373辆),同比增长24.4%。奥迪品牌的新车零售量为30188辆(含3097辆进口车),同比增长25%。斯柯达品牌的新车销售量为16212辆,同比增长超过5倍。兰博基尼品牌的新车销售量为17辆,同比增长30.8%。宾利品牌的新车销售量为126辆,同比增长137.8%。

长安之星2今年欲销15万辆

近日,长安汽车集团董事长、总裁徐留平在一次媒体专访中提到,2008年前两个月,长安微车整体销量较去年同期增长38%,其中主力销售车型长安之星2平均日销量500台以上,月销量达15000辆;长安之星2去年3月上市之后,2007年累计销售7万辆,今年目标销量将翻番达到15万辆。谈及前两个月销量迅速增长的原因,徐留平认为:2006和2007年是长安微车的产品调整期,也是比较困难的时期,销量增长缓慢;但去年3月18日长安之星2上市并迅速立稳市场,显示出“王者风范”和“领袖气质”,一举推动了长安微车销量快速拉升,实现了良好的增长势头。