

打造北京文化创意产业航母基地 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/282/2021_2022__E6_89_93_E9_80_A0_E5_8C_97_E4_c123_282125.htm 北京车展已经成了奔驰在全球除在德国本土举行的法兰克福车展之外的第二重要车展，特别是随着奔驰项目落户北京，中国同时也成为奔驰最重要的海外市场之一。在即将召开的2006北京车展上，奔驰一个最大的动作就是将把在德国生产的“新一代”E级车与在中国生产的部分“新一代”E级车同步展出。为了表示对这一行动的特别重视，13日晚，北京奔驰-戴姆勒克莱斯勒汽车有限公司执行副总裁董长征携该公司梅赛德斯-奔驰销售与市场部总经理仲德明及销售总监包沪生特意邀请了在京的部分记者通报情况。进口与国产E级车同台献艺董长征说，按照以往惯例，奔驰的每款新车一定是在德国的奔驰总部首先发布，然后才在其他市场上市。但这一次是由一个由36辆新一代E级轿车组成的梅赛德斯-奔驰欧亚之旅车队首先从欧洲出发，在进入中国境内后与国产的部分新一代E级车同时亮相北京车展，“这还是自北汽与奔驰合作以来的第一次新车型特殊亮相方式，而且是与北美市场同步亮相”。据奔驰方面发布的消息，由36辆新一代E级轿车组成的梅赛德斯-奔驰欧亚之旅车队在经过近20天的长途跋涉后，已于11月8日进入了中国国境。随着这次穿越了9个国家的欧亚之旅活动结束，奔驰新一代E级轿车的国产也进入了倒计时阶段。在进入中国站以前的18天旅程中，车队累计行驶超过了300000公里，期间完成了各种复杂路况的极限挑战，考验了E级轿车在极限条件下包括排放、燃油经济性以及行驶舒

适、稳定性等各项性能。车队将17日抵达北京，然后与已经实现国产的新一代E级轿车同时出现在18日开幕的车展展台上。据被董长征称为北京奔驰里的“梅赛德斯先生”的仲德明介绍，相对于上一代车型而言，新一代E级轿车总计有约2000多处改进，不仅外观设计上更趋动感，而且由于是最新设计的车型，从而应用了大量梅赛德斯-奔驰的最新科技，包括原来只在全新S级轿车身上应用的预防性安全系统、碰撞式反应头枕和直接控制系统等，这使新一代E级轿车成为同级别高档行政轿车中最安全和先进的车型。而奔驰的销售数据显示，上一代E级轿车从生产至今，全球销售已经超过100万辆，特别是在西欧市场，去年E级轿车的市场份额占同级别车型的30%，居第一位。关于是否“新一代”的概念，董长征和仲德明都给与了肯定的回答。但相对于国内车界比较认可的“新一代”概念，这次亮相的“新一代”E级轿车似乎与这一概念还有些出入。对此，仲德明的解释是“有了2000多处的改进难道还不算是新一代的概念吗？”至于新一代E级车是否针对中国市场进行过“适应性改造”，仲德明的答复是“已经由北京奔驰提出了，并在德国总部完成了改造”。北京奔驰没有成为“第三只鸟”据了解，北京奔驰项目注册资本为1.4368亿欧元，约合15亿元人民币，由中外双方各持50%股份。新工厂已于今年9月15日正式落成。奔驰中国汽车公司总裁韩力达曾表示“我们希望北京奔驰项目进展越快越好”。对于奔驰来说，北京这个项目的战略意义非常重大。与宝马不同的是，宝马在全球有很多组装厂，而奔驰只有寥寥几家。奔驰项目是在戴-克进入中国的大格局之下产生的，一方面是希望进入中国快速增长的豪华车市场，

另一方面则是为了配合整个集团的中国战略。在全球，奔驰虽然还占据着豪华品牌的领先地位，但在宝马的冲击下，优势正越来越小，这就迫使其必须寻找新的增长点，中国是其看中的一个重要市场。但这个市场已经有了先进来的两只虎——奥迪和宝马，这就迫使奔驰必须加快速度。但是，正当奔驰方面摩拳擦掌的时候，中国汽车工业的新产业政策给了奔驰当头一盆凉水。这盆凉水其实就是《构成整车特征零部件进口管理办法》。这个办法的技术性很强，外行人一般难以看懂，通俗地说，就是跨国公司想获得本地化生产的优惠税率，政策方面不再采用过去的40%国产化老指标，而是改为“2+3”（即发动机和车身两大总成，加上三个小总成）或者“1+5”必须实现本土化生产。这一政策对于那些只想进口整车散件，然后在中国装上轮子，从而享受本土化优惠税率的跨国公司来说，的确是一种有效制约。这一政策颁布后最先受到影响的就是上海通用的凯迪拉克和北京吉普的大切诺基，因此被人形象地称之为“中国汽车产业政策射落的两只鸟”。而对于刚刚打算在中国生产且根本谈不上“本地化生产”的北京奔驰来说，这一政策的实施很有可能使其成为“第三只鸟”，甚至有一段时间媒体已经遍传奔驰即将停产的消息。为此，戴-克东北亚的高层还专门出来“辟谣”，并邀请记者们到工厂参观。后来有评论说，对于凯迪拉克、大切诺基这两个产品来说，批量小、零部件要求高、国产化成本高难度大，如果进口散件组装，则要执行整车进口税率，加上生产、物流成本，比按直接进口整车照章纳税还要高许多，因此，放弃本土生产反而是一种解脱。而奔驰就没有这份潇洒了，它在中国只有一个产品，如果转为进口，在中国

的巨额投资就打了水漂，如果真的搞国产化，对于一个只有两万多辆小规模的高端车，2 + 3或1 + 5的本土化又谈何容易。北京奔驰还有很长的路要走，不过，随着新工厂的建成，以及新一代E级车亮相北京车展，“第三只鸟”可能是当不成了，但摆在奔驰面前的路并不平坦。据董长征介绍，汽车产业政策中规定的本土化“老问题”（即整车特征）依然存在，什么时候能够解决，现在还拿不出时间表来，目前能做的就是零部件“达到多少本土化，就按零部件的进口关税（8%）纳税，达不到的就按整车进口关税（25%）纳税”。记者曾问董长征和仲明德，目前在北京奔驰的产品里，零部件成本占整车成本的比例是多少，两位都没有正面回答。但董长征举了个例子说，奔驰总部有人认为中国市场的利润率很高，能赚很多钱，但董的财务总监告诉他，并没有赚多少钱。实际上，关于零部件国产化的问题并不是奔驰一家面临的难题，奥迪、宝马也都遇到过，只不过它们进来得早一点，正在缓慢但有成效地解决着，这其中并不存在跨国公司愿意还是不愿意，而是能够或不能够的问题。比如供应商的制造水平、材料工业的整体提供水平等。奥迪主管中国事务的施密特董事曾经因为中国一家供应商能够提供达到奥迪标准的零部件而在中国记者面前喜形于色地证明，如果中国的供应商能够提供符合奔驰品牌标准的零部件，奔驰方面何乐而不为？除此之外，奔驰在中国还有另外的难题。也许是为了从侧面强调一下北京奔驰的困难，董长征谈起了北京奔驰的创业艰难。他说在新工厂破土动工的时候，曾经挖出过一个坟墓，事情惊动了北京市文物局，来人看过后说那是个“古墓”，按照“文物法”，北京奔驰得交20万元，而且还“没发票”

”。此事被拖了将近半年，“他们拖得起，我们可拖不起啊”，董说，后来还是找了相关方面的领导，才摆平了此事。“还有当地农民的问题……一言难尽。”董长征说，过去北京奔驰曾经失掉过一些市场机会，现在也还仍然面临一些问题，“但北京奔驰现在已经找到了正确的方向，并正在朝着这个方向前进。”奔驰属于最后（目前来看）进入中国市场角逐的高档豪华轿车品牌，在它的前面有奥迪和宝马，而中国高档轿车市场的份额就这么大，要想赶上他们谈何容易，更何况还要超过。奔驰向来愿以“老大”自居，因了这种“老大情节”，奔驰已经在中国吃了无数的亏，也许在差一点成为“第三只鸟”之后，奔驰会学得更“乖巧”一些在中国这样一个特殊的汽车市场上，你必须学习特殊的生存之道，这才是正确的方向。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com