

# 重庆摩博会为中国摩企纾困



中国摩托车庞大的市场容量和雄厚的制造能力令国外企业不可小视。图为参展外商正在精心擦拭展品。

■ 本报记者 李红阳 邢梦宇

“展会开幕还不到1个小时,我们就签下了一笔订单。”重庆隆鑫摩托车有限公司的参展人员兴奋地对记者表示。日前,在重庆举办的第十一届中国国际摩托车博览会(以下简称摩博会)上,许多国内外摩托车制造商纷纷携新品亮相,希望借助这一机会,签下大单。

## 汇集90%摩托车制造力量

今年,摩企的日子并不好过。据统计,今年1月至8月,中国摩托车行业产销1549.92万辆和1563.62万辆,同比下降11.44%和10.82%。同时,1月至8月,我国摩托车出口总额37.97亿美元,同比下降0.55%。

“要走出低迷,一年一度的摩博会就成为不少摩企稳固国内市场,掘金国际市场的重要平台。”据摩博会组委会有关人员透露,本届展会来自美国、英国、德国等10多个国家和地区的400多家展商亮相,展会规模突破6万平方米,其中,代表中国摩托车行业90%以上制造力量的企业参展,集中展现了中国摩托车业的核心竞争力。

亮相本届展会的国内首发车主要有鑫源X5(XY400GY)、钱江QJ150-17A蓝宝龙等,还有钱江概念车BJ600GS(欧洲版),MV奥古斯塔带来的F3、隆鑫的650、CR3等。

记者在展会现场发现,不少摩托车汽配商也搭上摩博会的“顺风车”,推出的零部件覆盖了大多数摩托车零部件品类。

各地摩托车俱乐部到会,摩托车爱好者参会人数将超过5000人。

此外,本届摩博会,在室外广场开辟了超过千平方米的摩托车销售专区,豪爵、春风、宗申、南摩、钱江、洛阳北、建设雅马哈、隆鑫、大地鹰王、大阳等10多个摩托车品牌经销商齐聚一堂,向业内集中用户推出了一对一现场销售及团购服务。

## 产品差异化、娱乐化凸显

据了解,中国的摩托车产业集中度非常低,有80%的企业在品牌和技术上都没有优势。随着行业的发展,整合时代和超竞争时代来临,营销体系从点效率向系统效率转变,从跑马圈地要市场效率的时代向整合协同要管理效率的时代转变,摩托车产业整合已是大势所趋。

国家摩托车质量监督检验中心主任段保民认为,现阶段,中国摩托车产品重复度高,很难有令人信服的技术或者外观设计出现。例如某种型号的跨式车用发动机(如CG125款挺杆机型),全国竟然有256种型号与其外观相似,简单重复、水平一般是目前我国摩托车产品的特点,真正具个性化且作为企业标记性的、有真正自主知识产权的产品寥寥无几,中、大排量摩托车的开发能力及成熟技术还没有真正掌握,大排量摩托车市场一直被国际品牌所垄断,这也是导致国内摩托车市场竞争过于激烈的一个重要原因。

中国汽车工业协会提供的一组数据,

从侧面印证了这一说法。2008年,我国大排量摩托车在整个摩托车市场上仅占2.3%,到2011年,这一比例已经上升至8%。目前,国内有超过200万人对大排量摩托车有兴趣且有能力购买。

除了旺盛的市场需求,丰厚利润也是刺激摩企看好大排量或运动型摩托车未来的一大原因。目前,一辆排量250CC的摩托车利润约2000元,400CC排量摩托车的利润接近5000元,600CC以上排量的摩托车利润更是在万元以上。

在整合重组效应主导下,本届摩博会上,各大品牌参展规模明显扩大。在展会同期举办的2012中国摩托车高峰论坛上,中国汽车工业协会摩托车分会秘书长李彬表示,由于摩托车作为交通工具的功能性逐渐淡化,而其休闲娱乐属性日益凸显,以打价格战扩充市场的时代将逐渐远去,差异化竞争愈显重要。

李彬认为,随着“汽摩下乡”等政策刺激逐渐发酵,农村市场虽仍是摩托车主要销售市场,但人们对产品的需求已经成型。与此同时,出口市场和国内的城市摩托车消费群体向厂商展示了全新的商机,各类越野赛、摩托车俱乐部的纷纷成立,也使得休闲娱乐类型的摩托车产品,逐渐成为国内摩企倾心倾力打造的方向。

## 会展关注



摩博会期间,“摩托之都欢乐重庆”2012重庆国际摩托车骑行活动欢乐启动。图为整装待发的摩托骑士。

本文图片由本报记者邢梦宇摄

# 武汉车展华丽转身 终圆豪车逐鹿华中梦想

■ 本报记者 周春雨

“科雷傲是雷诺在中国市场最为重要的车型之一。”日前,在武汉国际博览中心开幕的2012(第十三届)武汉国际汽车展览会(以下简称武汉车展)上,雷诺中国市场总监王政雄介绍说,截至目前,雷诺在中国销量已逾5万辆,为其品牌形象塑造立下战功。

为期6天的武汉车展,今年规模首次达到12万平方米,启用了武汉国际博览中心的10个展馆和室外广场。参展汽车品牌70多个。据不完全统计,车展期间,超过40余款车型中部首发,国内首发车型也将列入部分参展企业计划。

此次武汉车展以“擎动荆楚·驾驭未来”为主题,吸引了知名豪车的高调亮相。此外,展会除吸引众多国内外汽车品牌外,10款经典的“老爷车”也夺人眼球,吸引了众多媒体记者和观众参观。

值得一提的是,本届武汉车展由中国机械工业联合会、中国贸促会、湖北省政府、武汉市政府、中国贸促会汽车行业委员会共同主办,并首次由成都世纪城新国际会展中心有限公司、汉诺威米兰展览(上海)有限公司、湖北省机械行业联合会、中国贸促会武汉市贸促分会共同承办。

## 华中市场梦圆

王政雄透露:“选择在武汉车展上市2013款科雷傲,不仅表明雷诺对中国市场和消费者需求变化的关注,也充分体现雷诺对华中市场的高度重视。未来,

我们将通过新车引入、网络拓展和售后服务升级等举措,大力发展华中市场。”据其介绍,2012年1月至9月,雷诺在华中市场的销量同比增长147%,其中武汉美诚经销商摘取2012上半年雷诺中国经销商销量排名的桂冠。

在展会现场,记者看到,德、法、美等豪车品牌均出动了最强阵容参展,宾利、劳斯莱斯、法拉利、凯迪拉克、玛莎拉蒂、保时捷、兰博基尼、阿斯顿·马丁、奔驰、宝马、奥迪、大众、通用、福特等豪车悉数参展。

一位业内人士分析认为,武汉车展依托于中部强大的汽车产业和市场,其地位和前景日趋受关注。据统计数据显示,2011年湖北省GDP达到19594.19亿元,较上年增长13.8%,在全国的排名由2010年的第11位上升至第10位;城镇居民人均可支配收入增长14.4%;汽车产业是湖北省的支柱产业,2011年汽车产业实现主营业务收入3665亿元,同比增长18.2%,湖北已经成为全国最集中的汽车产业基地之一。

本届武汉车展,上海大众斯柯达、讴歌、凯迪拉克等5家厂商展出了6款概念车。展会上展出了4辆全球首发车型,此外还有1辆全国首发车和十余辆中部首发车亮相。全球首发车型包括进口大众带来的四驱迈腾旅行车和最新一款甲壳虫,在媒体日当天,东风雪铁龙、东风风神、东风裕隆、东风悦达起亚、雷诺、凯迪拉克等品牌纷纷举行了首发车和概念车的盛大发布会。

## 平台效应显现

武汉市市长唐良智介绍说,武汉是我国重要的汽车产业生产基地和消费市场,汽产业是武汉市产值过千亿元的支柱产业。

近年来,武汉汽车产业发展迅速,目前已经形成集汽车研发、整车制造、零部件配套、专用车生产于一体的完整产业体系。2011年,武汉市汽车产业整车产量70万辆,产值达1334亿元;今年1月至8月,武汉市汽车产量达到51.5万辆,产值达1068亿元,同比增长30.5%。武汉力争到2016年,整车产销突破300万辆,汽车工业产值突破4500亿元,成为享誉海内外的中国车都。

本届车展期间,作为最重要配套活动之一的2012中国中部汽车论坛(以下简称中部汽车论坛),围绕中国从“汽车大国”向“汽车强国”转变过程中面临的能源、市场需求、国际市场疲软等现实问题展开研讨,以寻求对策吸引了业界的高度关注。据悉,本次中部汽车论坛,源于已举办了两周的湖北汽车产业发展论坛。据悉,该论坛今后将统一启用“中国中部汽车论坛”这一全新名称,进一步配合国家“中部崛起”战略的实施。

本届武汉车展的承办方之一,汉诺威米兰展览(上海)有限公司总经理符禹表示,武汉拥有良好的工业基础,要加强新技术、新产品的展示,武汉未来要在专业展示上提升,发布最先进造车技术并依托专业论坛提高影响力。3年之内,武汉车

展将跻身国内第五大车展,仅次于北京、上海、广州和成都车展。

## “车展系”区域布局

事实上,中国贸促会汽车行业委员会是北京、上海、广州、成都车展的主办方之一,此次参与武汉车展主办,被业内称为其“车展系”的中原布局,也是武汉车展的一次华丽转身。

“凭借着独特的区位优势、深厚的产业基础,武汉在汽车产业发展和汽车市场培育等方面获得了长足的发展。”中国贸促会汽车行业委员会会长王侠表示,本届武汉车展必将为中国汽车市场的繁华注入新的活力、生机和动力。

符禹介绍说,除北京、上海、广州车展三大品牌车展以外,成都、武汉已经成为省会城市举办车展的领头羊,而如何找到各自的定位是目前的关键。以成都车展为例,其汽车工业不发达,就效仿同样不具备产业优势的日内瓦,打造专业国际汽车论坛——全球汽车论坛,在汽车业界舆论上先声夺人,目前该论坛已成为成都车展的亮点。而武汉车展则要着重于新技术、新产品的展示。

上述业内人士表示,相比以前,本届武汉车展规模空前,在很多方面都超过了往届,包括制定了抵制低俗裸露展示的严规,提出了力争3年内成为国内第5大车展的目标等。他强调说,希望本届武汉车展,能成为武汉汽车展会的一个转折点,让武汉汽车展会从此走上正轨,并晋级为国内一流车展。

CHENG DU 成都 中国会展名城 CHINA'S FAMOUS EXHIBITION CITY

www.cdexpo.com.cn Tel: 86-28-86669658



## 会展传真

### 《广东省展会专利保护办法》正式施行

本报讯 记者从有关方面获悉,为了加强展会专利保护,维护展会秩序,推动经济社会发展,根据《中华人民共和国专利法》、《广东省专利条例》和有关法律、法规,结合广东省实际,广东省知识产权局制定了《广东省展会专利保护办法》(以下简称《办法》)。

《办法》中所指的展会,涵盖主办方以招展的方式在固定场所和预定时期内举办的以展示、交易为目的的展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等活动。

该《办法》总结和固化了近年来广东省在展会专利保护方面的经验和做法,旨在为展会知识产权保护长效机制建设工作提供重要的法律保障。《办法》共设7章47条,其中规定,展会主办方应当与参展商签订参展合同,约定展会专利保护的相关条款,加强展会专利审查和保护工作。

10月15日,《广东省展会专利保护办法》已正式施行。(隋朝)

### 康辉集团 会奖专业委员会成立

本报讯 近日,中国康辉集团会奖专业委员会暨会奖服务网络成立大会在山东台儿庄古城举行。

据悉,为了整合康辉旅行社集团会奖资源,突出网络化、规模化、品质化、国际化的集团特色,继续保持行业领先地位,更好地为客户提供专业服务,康辉集团决定成立会奖专业委员会(暨)康辉会奖服务网络,旨在进一步推广康辉会奖品牌,逐步在全国220家分、子公司基础上形成和完善覆盖全国的会奖服务网络。

近年来,康辉集团国际商务会奖部门每年承接5000多个各类会奖活动,规模从小型几十人到大型上万人不等,客户涵盖了IT、医药、金融、汽车、保险、体育、协会、院校等多个领域,其中包括众多知名跨国公司 & 国际组织,得到客户和业内的高度认可。在“中国旅游业界奖”年度评选中,康辉连续两年被评为“最具实力会奖公司”;在中国旅行社协会会奖专业委员会发布的“2011年度中国会奖旅游行业20强”中,康辉集团进入榜单三甲。此外,还被航空公司、境外会奖局、邮轮公司等机构多次授予杰出贡献奖。

据介绍,全球会奖行业每年的直接收入为6000亿美元,对经济带动作用达到1:9,远远超过传统旅游业的1:3。中国会奖收入已经达到3000亿元人民币,年均增幅超过20%。(宗赫)

### 腾邦和华商携手 力促西南商旅经济发展

本报讯 10月11日,腾邦国际与四川华商在成都举行了名为“启航、共赢、未来”的签约仪式。据介绍,为了快速拓展西南区市场的发展,成为西南区最具竞争力的商旅服务商,腾邦国际采取了强强联合的方式,携手区域最大的国际机票代理商四川华商航空服务有限公司,通过股权置换与资本、产品、管理注入,推动四川华商产品、业务、营销与服务网络的快速扩张,提升为客户服务的能力。

据透露,腾邦和华商合作后,将进一步整合旅游平台、物流平台、金融支付平台和航班资源,开辟多条赴川、赴滇旅游的促销线路,并加大推广力度,将全国更多的旅游客源吸引到西南来,为区域市场提供丰富的旅游客源和商机,推动区域旅游产业链的建设,促进旅游经济的发展。(宗赫)