



中国贸易报

CHINA TRADE NEWS



主管主办：中国国际贸易促进委员会(CCPIT) 总第4458期 15A06 2015年2月6日 星期五 周三刊 今日四版 国内统一刊号：CN11-0015 国外代号：D1110 邮发代号：1-79 中国贸易新闻网：www.chinatradenews.com.cn

现代汽车集团将2015年在华销售目标定为205万辆

近日，现代汽车集团表示，2015年在全球最大汽车市场——中国市场的销售目标定为205万辆，继续保持两位数增长。距上次突破百万辆大关仅过去5年，今年也将是现代汽车集团首次在一个国家的年销量突破200万辆，提前两年完成目标。

态度：依然坚信中国市场

在年初的新年工作启动仪式上，现代汽车集团会长郑梦九曾对今年的经营环境做出判断：“目前，随着全世界经济处于低增长态势，新兴国家的政治不确定性加大，汽车制造行业之间的竞争将日益加剧。”基于此，现代汽车集团将2015年的全球乘用车销售目标定为820万辆，增长仅为2.5%，增幅明显放缓。与此同时，中国车市也被普遍预期回归理性增长阶段，不少车企纷纷调低甚至腰斩2015年的销售目标。

现代汽车集团则反其道而行之，中国市场销售目标不仅没削减，反而增幅远高于其全球目标的增长，中国市场将占到其全球总销量的1/4。这主要源于现代汽车集团对中国市场的信心。现代汽车集团在中国市场

的占有率曾在金融危机的2007年降至6.6%，2011年回升至9.8%，之后一直保持在10%左右，2014年则超过9%。根据中国汽车工业协会预计，2015年，中国乘用车销量在2125万辆左右，如果目标完成，那么今年韩系车的市场份额将继续冲击10%。

举措：战略车型营销、产能跟进

中国不仅是全球规模最大的汽车市场，也是现代汽车集团最重要的海外市场之一。有分析认为，要在今年中国汽车市场达到10%以上的占有率并实现品牌向上，对现代汽车集团的产能是一个巨大的考验，因为当前其产能已经供不应求。

现代汽车集团目前在中国的产能接近200万辆，其追加的四五家工厂将于2018年完工，届时其生产规模将达到270万辆，当前满负荷运转的开工压力将得以缓解。

业界人士表示：“汽车制造巨头正加强对中国市场的抢滩。只有重点加强对小型SUV、当地战略车型的营销，增加销量的同时通过加强品牌、销售、服务等各方面提高竞争力，才能实现质的提升。”



大力推进本地化新车战略，是现代汽车集团近年来在华获得高速发展的重要因素。进入中国市场以来，现代汽车集团持续创造了新车销量奇迹，多款车型成为市场耳熟能详的经典。从北京现代的伊兰特悦动、

第八代索纳塔到朗动、名图、ix35，以及东风悦达起亚的K系列家轿和都市SUV智跑，均取得了销量与口碑的双丰收。

根据中国汽车工业协会统计，中国市场目前轿车增速放缓，SUV、MPV依旧保持高

速增长，这一趋势与现代汽车集团正在调整的产品格局相一致。2015年，现代汽车集团将针对中国市场，完成小型SUV和中高级车两大细分市场的新车战略部署。

(吴雨)

融资租赁上万亿元市场正在互联网化？

融资租赁发展势头强劲 增速放缓

近几年，融资租赁产业在国内风生水起，截至2014年底，融资租赁企业已达到2100家，市场规模超过了3万亿元。天津融资租赁协会会长杨海田出席融资租赁对接互联网金融高峰论坛时表示，2014年，融资租赁业的增长速度是100%，平均每天诞生3家融资租赁公司。

融资租赁之所以能够迅速发展，在于融资租赁具有金融与贸易相结合的特点，通过融物达到融资目的，是资源配置的一种重要手段。基于此，专家认为，在整个“十三五”时期，中国的融资租赁市场依然会保持快速发展，预计到2020年市场规模将超过12万亿元，成为在经济领域中仅次于银行业的资金供应渠道。

从狭义上说，融资租赁链条中的出租人

同时拥有租赁物的债权和物权，不同于一般的信贷模式，融资租赁具有双重的保障，凭借低风险、高收益的特点，深受社会资金的欢迎。融资租赁产业前景喜人，然而，大多数独立第三方或者是厂商背景的融资租赁企业的资金来源渠道有限，长足发展乏力，使得传统融资渠道逐渐无法满足其快速发展的要求。

互联网化是助推剂

为解决资金来源渠道的困扰，传统融资租赁企业试图寻找新的突破点。按照迈克尔·波特的“三大竞争策略”理论，要么做得更好，要么做得更便宜，要么做得更个性化，包括金融在内的传统行业确实很难兼顾，然而互联网可以同时达到更好、更便宜、更具个性。

互联网的快速发展已经给包括银行在内的

一些传统行业带来了颠覆性的冲击，那么，互联网的发展基因势必也会渗透到传统的融资租赁中。实际上，市场上已有部分融资租赁企业开始触网互联网，如e租宝、积木盒子、拾财贷等。

以其中发展较快、模式也相对成熟的e租宝为例，其背后为安徽钰诚控股集团，该集团是以融资租赁为主导的金融服务为核心，集高新技术制造业、现代服务业等为一体的综合性集团，拥有经营规模超过百亿元的大型融资租赁公司——安徽钰诚融资租赁有限公司，也是国内较早将融资租赁与互联网应用相结合的企业。这不仅使得e租宝拥有得天独厚的行业实力，也让融资租赁行业有了新的发展方向。相较于其他P2P平台，融资租赁P2P有具体的租赁标的物，通过互联网金融平台融资的租赁公司对于租赁物既有债权也有物权，有利于互联网金融平台搭建有效的风

控体系，大大降低了投资的风险性。据了解，为了让融资租赁安全性更高，e租宝进行了更多风控技术的创新，例如：将物联网技术、大数据技术、互联网技术和传统风控技术相结合。

e租宝创新P2P细分领域 适应“新常态”

P2P细分领域已成新宠，在融资租赁行业资深专家屈延凯看来，e租宝无疑是P2P细分领域的又一创新。对于e租宝的模式创新，屈延凯认为，作为融资租赁行业与互联网创新技术相结合的产物，e租宝为出租方、承租方和投资者搭建了一个高效、直接的融资桥梁，其平台交易结构本质属于融资租赁公司应收账款转让，与现在国内大多数互联网金融平台的P2P模式有很大差异。e租宝以真实交易拉动社会资本，盘活存量资金，支持国内实体经济的发展。

在经济发展“新常态”下，中国企业“走出去”面临着非常宝贵的战略机遇。一定程度上讲，融

资租赁P2P一方面有利于推动我国企业对国际资产市场的充分开拓，实现生产性资源的优化配置；另一方面有助于调整国内经济结构、消化国内产能。如专家所言，融资租赁公司蛋糕做大实际上就是服务实体经济的能力加强。

面对经济“新常态”，融资租赁如何与互联网结合，更好地支持实体经济发展，是一个值得长期关注和讨论的课题。据相关人士透露，由钰诚集团e租宝承办的经济“新常态”下的融资租赁互联网金融高峰论坛将于2月初在北京举行。届时，将会有数百名业内专家以及媒体人士共同探讨在经济“新常态”下融资租赁互联网化的必然及优势，以及e租宝作为融资租赁P2P行业的开拓者，在行业以及风险控制技术方面的创新。(郭平)



新装加身强势升级 技术之王再战巅峰 新奇骏IMAX版重磅来袭

自如，无愧“技术之王”的称号。

紧抓市场大势 新奇骏创领科技风潮

凭借对消费诉求的精准把握和对市场趋势的深刻洞悉，新奇骏自上市以来，依靠优秀的产品力、符合市场主流诉求的设计以及极具竞争力的价格和配置，销量始终呈现逐月攀升的态势，强势表现堪称东风日产SUV市场崛起的开路先锋。

作为东风日产2014年度的战略车型，新奇骏今年的表现在SUV市场中最为惊艳。2014年3月，新奇骏一经上市就以36天突破1.2万台的不俗表现引起SUV市场空前的震动。紧接着又以5月热销11058辆成功跻身万辆俱乐部；6月凭借11596辆，晋升至城市SUV市场TOP3。

不仅如此，全新手机互联智能导航系统实现了安卓智能手机互联支持3种连接方式，适配90%以上的安卓智能手机互联，iPhone则支持iPhone5、5c、5s、6、6Plus。手机与车机连接的同时，手机APP在车机上完美镜像呈现，实现双屏同显、双向控制，让驾驶者在车机上尽享丰富手机APP应用，在保证行车安全的基础上令消费者的操作更简约、更游刃有余。

新奇骏凭借众多先进智能技术的广泛应用，打造兼具舒适与实用的产品力，满足了更多消费者的需求。如今，经过科技配置升级的新奇骏IMAX版，再度实现价值跃升，为消费者带来了城市SUV产品中堪称极致的智能配置，让消费者的驾驭变得更为

下半年，新奇骏继续热销势头，频频刷新销量记录。岁末，新奇骏在11月以超过1.4万台的成绩豪揽城市SUV市场冠军宝座，12月再度热销13519台，仅用时9个月累计销量便突破11.4万台，实现了“奇骏年”的完美收官。

从新奇骏的强势表现不难看出，满足消费者的需求始终是产品的归宿点。从越野能力为人称道，到随后城市SUV大行其道，再到最后将公路、越野性能合二为一，SUV的发展目的都是为了更容易操控、适合普遍的消费需求，而新奇骏就是这条进化路上的最强代表。

现今，众多主流SUV车型都围绕着“科技智能化”这个基本点不断进化发展，使产品更舒适、易用。作为SUV市场最火热的明星，以Hi-cross为设计理念的新奇骏，凭

借众多全球首创、同级独有的智能化配置，成为目前城市SUV市场的绝对主角。

以X-Touch全感科技为核心，采用日产全球顶尖的技术研发，新奇骏形成了集超级四驱系统、3A公路稳行系统、IPA自动泊车辅助系统等一系列智能科技于一身的强大产品力。如此，新奇骏不仅具备了“城市+越野”的全能产品力，还被称为“最聪明”的SUV，满足消费者全方位需求的同时，让消费者的驾驭变得更为简单轻松。

2015年，全新升级的新奇骏IMAX版在保持原有产品优势的同时，再添科技装备，产品实力进一步的提升。相信在它的助力下，新奇骏必将再度引领SUV市场技术流大势，成为2015年SUV市场强劲的内生动力。(贾薇)



新年伊始，东风日产新奇骏全新升级，在原有高科技配置的基础上加载了全新手机互联智能导航系统。系统中所包含的全新9寸智能大屏、高科技3D导航以及手机互联网丰富功能，为驾驶者带来了更具科技感的汽车生活。

作为东风日产SUV战略的核心车型，新奇骏以全面进化的“技术帝”形象树立了主流SUV市场的价值典范，引领了市场的发展方向。继新奇骏2014年末问鼎SUV市场之后，新奇骏IMAX版的加入无疑巩固了其在市场的领军地位，同时也为其2015年的新征程再添助力。

尖端科技加身 技术之王再升级

如今的主流SUV市场中，新奇骏可谓当之无愧的掌舵者。凭借全面领先的产品技术，新奇骏引领了城市SUV的技术潮流，在问鼎市场的同时也全面树立了SUV标杆的形象。此次上市的新奇骏IMAX版，在科技配置上再次升级，为消费者带来更加轻松、便捷的出行体验。

编辑：高洪艳 联系电话：95013812345-1016

制版：董童 E-mail:mybjzz@163.com



贸易推广的专业媒体平台

本报常年法律顾问

- 北京市炜衡律师事务所
- 赵继明 赵继云 律师
- 电话：010-62684388