



自主品牌 仍不占公车采购主流

对于自主品牌车企来说,公车采购本应是一个良好的发展机会,但现状是,因为各种各样的原因,公车采购中自主品牌从来不是主流。

据统计,一直到2009年,自主品牌在公车采购中的占比还不到10%,2009年出台公车采购中自主品牌占比须达到50%的新政以后,自主品牌份额也只是略有提升。

德勤公司中国区副主席金建表示,根据调研,目前,中国公务车采购全面用自主品牌汽车几乎很难实现,中国公车采购制度亟须完善。

自主品牌难进公车采购名单

其实,业内始终有一种声音认为,自主品牌不应该过于依赖公车采购这样的政府行为来谋求发展。但很多自主品牌车企的掌门人深知品牌发展过程中的艰辛和不易,还是希望政府能够施以援手。

金建在2014中国汽车论坛上分析了当前中国公务车采购市场的3个现象:首先,目前,中国公务车采购仍以外国品牌或者合资生产的外国品牌车辆为主;其次,外国品牌汽车几乎占领了中国公务车采购80%的份额,对中国的民族工业产业和自主品牌车企都带来一定的影响;最后,中国每年的公务车消费达到了1500亿元至2000亿元的规模,采购费用过高,而且全国超额额的配车率超过50%。

“自主品牌缺少政策支持。”北京汽车销售公司副总经理卜红升说,2013年,中国的汽车产销量已经突破了2100万辆,接近2200万辆,其中,乘用车占到了1500万辆。政府的采购和消费行为对全社会有着巨大的示范和引导作用。

公务车“排外”有先例

其实,在国外,无论是发达国家还是发展中国家,都对公车采购有严苛的法律规定,很多国家要求政府部门必须采用本国品牌的汽车,政府官员不允许坐外国品牌的汽车。

据记者了解,马来西亚、克罗地亚等国都有法律确保政府使用本国的产品,不允许用外国的品牌,德国、法国、日本也都要绝对不允许外国汽车进入政府部门,连美国总统也只能坐本国产的凯迪拉克轿车。

对此,金建表示:“外国对于使用本国品牌的汽车有法律保障,有惩罚措施,有舆论监督,有老百姓的社会监督,但中国没有形成这样一种机制。”因此,当务之急是建立公车采购法律规范和指标体系,同时要鼓励政府官员优先选用中国品牌的汽车。此外,还需要建立一个政府的代理机构,今后公车采购不由政府操作,而是由代理机构从市场上采购。

“对于政府采购公车,特别是采购中国品牌汽车作为公务用车,我们急需建立相应的制度规范。”金建还指出,“对于中国品牌汽车,从法律上、从技术保障上、从财政上,都要做出认定和规范,包括相配套的各种措施都要出台。”

深耕市场 仍有机会

当然,自主品牌企业也需要努力,不断完善自身的产品和服务。

据卜红升介绍,北京汽车十分关注细分市场,及时根据相关政府部门的政策变化调整战略。在营销上,北京汽车专门成立了大客户部门,同时也要求经销商通过“三专”,即专门的组织机构、专门的促销政策、专门的激励政策,来抢占市场份额。

在首都经贸大学教授郑新安看来,中国汽车品牌已经从生存区过渡到了发展区,产品向上发展成为现在的主旋律。但从低端到中端再到高端的过程中,自主品牌车增长乏力。究其原因中国的市场开放程度不够,企业重政策不重市场、重产品不重用户、重技术不重结果、重销售不重服务、重管理不重体验、有产品无品牌、有技术无创新、有管理无文化。就未来企业品牌的发展,他指出,品牌信任的形成源于企业给客户提供的产品价值和围绕产品的一切服务。

深谙政府采购对大众市场影响的广汽传祺一直深耕国内中高端轿车市场,自诞生之日起就以“高起点、高品质”为发展宗旨。在其看来,在国防装备“自主化”浪潮中赢得大单,也是市场竞争实力的最好展现。

“随着《条例》的出台,公务用车的总量实际上是在下降,但是对自主品牌汽车来说,2015年各省级政府的公务车采购依然蕴藏着较大的市场机会。”卜红升说。

公务用车刚需未减 车企紧盯政府采购

编者按:2013年末,中共中央、国务院印发的《党政机关厉行节约反对浪费条例》规定,取消一般公务用车,保留必要的执法执勤、机要通信、应急和特种专业技术用车及按规定配备的其他车辆。同时,公务用车实行政府集中采购,应当选用国产汽车,优先选用新能源汽车。

今年起,全国统一启动公务用车制度改革,取消一般公务用车制度将在全国范围内实行。

2014年或将成为中国公务用车改革的“元年”。有人预计,公务用车改革举措或将影响中国汽车产业的发展走向。

车企不放过丁点儿机会

事实上,前些年,中国公务车市场一直“不差钱”,所采购的汽车量也呈现出快速上升趋势。到2012年,在政府采购中,汽车的采购金额已经高达千亿元。但随着去年《党政机关厉行节约反对浪费条例》(以下简称《条例》)的出台,这场饕餮盛宴似乎戛然而止。

但很多商用车企业依然看好公务用车市场前景。

即便是在国家不断释放信号,明确表示将总体控制公务用车资金投入的情况下,有些汽车制造企业仍然大力发展专用车业务板块,他们或自己出资或通过合资强强联合,大有“不撞南墙心不死”的意思。

对此,中投顾问高级研究员李宇恒表示,一般公务用车是指用于办理公务、机要通信、处置突发事件等公务活动的机动车辆。“取消一般公务用车”规定是对一般公务用车需求的抑制。但是,新公务用车与市场上已有的公务用车将出现分化,特征将更加明显,既要满足公务用车的高配置需求,又要树立公务用车的形象,方便接受群众的监督,所以刚性需求仍在增长。

专用车市场值得关注

提到公务车,人们通常只会想到轿车、越野车和商务车等一般公务用车,其实,专用车的采购量在公务车采购中也占到很大一部分比例,正在成为公车采购的新增长点。

据李宇恒介绍,专用车采购属于定制版,通常会有特殊要求,由于是定制的产品,与批量化生产的商品相比存在的利润空间较大,这也是吸引车企进入该领域的关键。再加上专用车的采购量占政府采购很大一部分,车企仍看好公务用车市场。

据了解,专用车与普通车型有较大区别,普通车型一般是满足个人出行及商务需要,专用车主要满足国家经济建设、运输或施工作业等需求。近几年,在政府采购领域,救护车、消防车、清扫车等专用车采购量越来越大,在各省的政府采购网站中可以看到很多专用车批量采购的信息。

华菱星马汽车(集团)股份有限公司董事长刘汉如在今年两会期间就曾表示,公务用车基本上采取政府采购方式,由于政府采购使用的是财政资金,资金来源有保障,社会影响力大。相对而言,商用车企关注政府采购不够,但实际上,如环卫和市政部门使用的垃圾车、洒水车等的购置都必须通过政府采购,这是个有潜力的市场。

新能源车将成公车采购新宠

新能源汽车将是未来政府公务车采购中的重点,这在汽车行业内已成为共识。

《党政机关厉行节约反对浪费条例》(以下简称《条例》)第二十七条明确规定,公务用车实行政府集中采购,应当选用国产汽车,优先选用新能源汽车。关注一下新能源公交车采购的近况:三亚市50辆新能源公交车到位、北京市1080部新型LNG(液化天然气)清洁燃料公交车投入运营、山东2014年第一批节能与新能源城市公交车补贴5192万元已下达……不难发现,新能源汽车已经打入公务车采购市场内部。

其实,国外的公务车采购也早就刮起了新能源风。据记者了解,在美国得克萨斯州,公务车就率先承担起了新能源汽车的推广任务。由于当地勘探出大量页岩气,部分公务车使用天然气充当原料,加气站甚至就设在公务车专用停车场。

在中国汽车工业协会副秘书长叶盛基看来,汽车工业的可持续发展是一个不断推进的过程,新能源汽车要完全达到产业化,不可能一蹴而就。“这需要政府部门给予引导,提升新能源汽车的市场认知度。”他说。

不少政府部门工作人员也认为,公务用车采购使用的是国家财政资金,所以可以规定按照一定比例购买新能源汽车,这是政府采购发挥政策功能的要求。

据了解,在《节能与新能源汽车产业发展规划》中,中国新能源汽车的推广目标为:到2015年,纯电动汽车和插电式混合动力汽车累计产销量争取达到50万辆,到2020年超过500万辆,在公务车中推广新能源汽车将有助于规划目标的实现。而自2012年9月26日开始,中央国家机关新能源电动公务用车试点示范工作就已经启动,中央国家机关政府采购中心一直在想办法推广新能源汽车。

北京市政府采购中心主任高晓东此前对媒体表示,发展新能源车已成为汽车行业的必然趋势,在政府采购规划中也会得到重点体现,北京市的一些政府机关已在试用新能源汽车。

中国汽车工业协会发布数据称,2013年,我国新能源汽车销售1.76万辆,其中,纯电动汽车销售14604辆,插电式混合动力车销售3038辆,在这其中,政府采购、出租、公交等的采购量又占了绝对份额,进一步印证了政府采购的强推作用。

有人评价:改革开放35年后的今天,乘坐自主品牌车是对“中国制造”的鼓励,但那仅是简单低级的示范;乘坐节能减排的新能源车表达的是对友好环境的向往,是一种更高境界的引导。

“不管是从国家政策上来说,还是从各试点城市的反馈来看,都是对新能源汽车利好的。”一位新能源汽车销售主管表达了对新能源汽车发展前景的乐观态度。在他看来,四部委近日公布的《关于进一步做好新能源汽车推广应用工作的通知》充分显示了国家对新能源汽车推广工作的支持和决心。

此前,有预计指出,目前,国内机关公务用车保有量超过200万辆,如果以后新能源汽车能大比例覆盖这部分公务用车,将有力地推动国内新能源汽车的推广使用,同时也对公众起到了一定的表率引导作用。未来,新能源汽车或将凭借公务用车在市场上的进一步站稳脚跟。

