

■聚焦欧洲客车展



大金龙客车获得“2010年度最佳客车制造商奖”。



参展的宇通客车在冰岛已经运行了2万多公里。



图为参展的欧洲混合动力客车。



安凯的纯电动+超级电容客车,在整个展会上是独一无二的。

中国客车:欧洲市场嬗变

中国元素 闪亮整个展会

——2009 欧洲客车展有感

本报记者 周明

王健

世界客车博览会是反映欧洲巴士与客车产业的一面镜子。透过不久前举办的第20届世界客车博览会欧洲展览会及中国制造商的参展情况,我们大致可以了解中国巴士与客车在欧洲市场上的现状。

在遭受全球金融危机的冲击后,展会的规模似乎没有受到太大影响,与上一届5万多平方米相比有更大的扩展,达7.5万多平方米,参展商有390个。尽管有一些知名的巴士与客车制造商缺席,但仍然有来自34个国家的70个制造商参展以及来自118个国家的2.8万名专业观众进行了现场参观。总体来讲,巴士与客车制造业仍然是一个可持续发展的行业。

中国制造商的面貌

本届展会上最风光的中国企业当属厦门金龙,其因为连续参加欧洲展览会而获得主办机构颁发的“2010年度最佳客车制造商奖”。这是大金龙客车第二次以中国制造商的名义参加展会,6年前大金龙客车第一次由马耳他的代理商以大金龙—欧洲客车名义在欧洲参加展会,积极地拓展欧洲市场,目前已获得一定的知名度。通过在欧洲这个制高点的营销,大金龙客车在其他地区市场上也得以快速发展,体现出高起点、全球化的国际市场营销策略。

本届展会上最“隐蔽”的中国企业是海格客车。在瑞典斯堪尼亚的新车揭幕仪式上,其全球巴士与客车事业部高级副总裁自豪地宣称:这款客车是与中国车身制造商海格客车合作生产的,两家公司将在中国生产客车并销往全球市场。除车身侧面标示斯堪尼亚—海格合作之外,不再有海格客车标志。苏州金龙总经理吴文和斯堪尼亚中国公司总经理何墨池共同认为,这是一种新的战略合作伙伴关系。

本届展会上最有故事的中国企业是宇通客车。其冰岛代理商以宇通—欧洲客车名义参展,宇通客车提供技术支持。本届展会上并没有展示宇通客车的产品系列及市场营销能力,说明宇通客车还没有积极地进入欧洲市场,但宇通客车庞大的考察团成员(包括海外事业部和技术部门的主要营销与技术人员)的身影,却在展会上随处可见。也许在下一届展会上,宇通客车将以全新的面貌出现。

本届展会上最有标志意义的中国企业是安凯客车,这家企业是从德国凯斯鲍尔引进赛特拉S215型客车基础上快速成长起来的。如今,凯斯鲍尔已被梅赛德斯—奔驰收购并入艾瓦巴士(仍然保留其品牌)。本届展会上安凯客车与赛特拉客车同时出现,安凯客车展示的采用新技术的纯电动客车,则标志着中国巴士与客车制造业在从欧洲输入产品向对欧洲市场出口产品转型,这一微妙变化所折射出来的现象,很是耐人寻味。



斯堪尼亚新一代旅游客车是与我国的海格客车合作生产的,两家公司将在中国生产客车并销往全球市场。

混合动力成市场主流

一种有趣的现象是欧洲制造商推出的电动巴士大多是为美国市场生产的,在欧洲市场上流行的却是混合动力推进系统。

欧盟国家要在2020年达到新车二氧化碳平均排放量降至每公里95克的目标,需要更多的节能型内燃机汽车,电动巴士对实现这一目标贡献不大,而且还要政府为电动车拿出数十亿欧元的补贴,因为制造电动车在健康和环境上的花费比传统汽车高20%。从发展的现状与环保的角度来看,押宝于电动巴士无异于玩火。在可预见的未来,因为产量较低,电动巴士对减少二氧化碳排放所产生的效果并不显著,而大多数电力来源于矿物燃料,电动巴士并非二氧化碳零排放,这些都是无可争辩的事实。

本届展会上我所看到的采用各种混合动力推进系统的巴士与客车,与去年我在德国汉诺威商用车博览会上看到制造商一致推出的混合动力系统一样,表明欧洲市场上非常欢迎低能耗和二氧化碳排放量少的柴油动力车,而由于混合动力车要比价

格昂贵的电动车更经济实惠,因此,欧洲市场上由柴油动力车、混合动力车等构成主流环保技术车型。

欧洲制造商转变对中国的态度

在两年前的世界客车博览会欧洲展览会上,德国尼奥普兰在新闻发布会上公开嘲笑中国制造商“抄袭”其产品外形的能力“很快”,其星航线在欧洲推出半年后就有中国制造商在中国展出相同外形的车型。

值得欣慰的是,本届展会上瑞典斯堪尼亚推出了新一代旅游客车,该车共49座,配置了13升欧V发动机和斯堪尼亚新版自动变速器与缓速器,车内装备了真皮座椅。斯堪尼亚全球巴士与客车事业部高级副总裁耶恩贝里在新闻发布会上自豪地宣称:这款客车是与中国车身制造商海格客车合作生产的,两家公司将在中国生产客车并销往全球市场。作为一个中国人,听到这样的话,我心里由衷地感到高兴。这足以显示:欧洲的制造商已经开始转变对中国制造的认知。

在许多欧洲制造商和运营商的眼里,中国巴士与客车只是属于三、四手车的品质档次,远不是国内一些宣传报道所说的那样在全球客车业的“奥斯卡”中屡获大奖。当斯堪尼亚宣称找到了全球扩展战略的更好伙伴,就意味着中国制造的客车品质完全达到了国际先进水平。在海格客车

与斯堪尼亚的合作方式中,采用斯堪尼亚的品牌,不但没有降低中国客车企业的影响力,反而凸显了中国制造的高品质。这也是双方基于商业利益的合作新模式:海格客车代表车身制造的卓越技术,斯堪尼亚提供底盘技术及生产过程中每个步骤缜密的质量控制,生产出可以与任何品牌进行竞争的多功能客车,并通过斯堪尼亚的全球网络进行销售及享受相应服务。

宇通—欧洲客车将一辆在冰岛运营行驶了2万多公里的宇通客车开到展馆中,并以实地拍摄的车辆行驶环境和自然景观影片,彰显“在冰岛道路和气候条件下行驶良好的宇通客车,完全可以在世界上任何道路行驶”。这一富有创意的营销手段,完全凸显了宇通客车的耐用特征。

实际上,已有多种型号、超过1000辆由中国制造的巴士与客车行驶在欧洲大陆上,越来越多的欧洲运营商开始考虑采购中国制造的巴士与客车。虽然欧洲的市场很发达,细分也很清晰,但不同国家和地区的需求差异与管理制度却有很大的差异。中国制造企业开始了解到欧洲的市场特征,并利用其产品的竞争力积极地拓展欧洲市场。因为中国巴士与客车目前具有价格优势,而运营商主要考虑的是价值问题,中国巴士与客车只要满足质量要求,通过车辆型式认证,进入欧洲和美国等市场只是一个时间问题。(作者为中国城市公共交通学者)

时间流逝,上个月中旬在比利时举办的2009年世界客车博览会欧洲展览会(又称“欧洲客车展”)渐渐地在记者脑海中模糊。也许模糊掉的是该模糊的东西,而该清晰的依然清晰。

这届欧洲客车展显然受全球金融危机的影响,感觉来的整车没有上届多,而整个气氛也不如以往的热,朴素是这次展会的基调,而这样的朴素情绪也在产品的设计上得到了发挥。

中国元素是个亮点

2003年,中国飞鹏首次参加该车展。2005年,中国整车企业大金龙客车首次出席该车展。而今年,宇通、大金龙、海格、安凯、厦华、飞鹏等中国众多厂家出席了该车展,宇通、大金龙、海格、安凯都以整车出现,尤其是大金龙客车和海格客车的出现令人瞩目。大金龙还获得了该展会“2010年度最佳客车制造商奖”,相信他们把这个奖项授予中国企业是源自对中国市场的重视。

然而更让记者欣喜的是斯堪尼亚—海格客车成为整个展览会的中心,尽管只摆放了一辆,但它却尊享了几百平方米的面积。斯堪尼亚方面为该车专门举办了盛大的新车发布会,斯堪尼亚重要人物对全球媒体公开表示,这款车型是与我国客车品牌海格客车合作生产的。这是中国客车的荣耀时刻,从以前中国的客车被外国人指责为“抄袭”,到现在他们最有名的客车厂和我们合作生产,海格客车的标识醒目地出现在车身上,这无疑是中国制造“一次质的飞跃”。

好看让位于实用

纵观这届车展参展客车的外观、造型,没有特别出乎人意料的车型出现,更多的是以简洁、明快的风格为主,所谓养眼的客车没有出现,造型大胆的客车也没有出现。究其原因,可能是为了配合全球节能减排的大趋势,在进行造型设计时,制造商更多考虑的是节能效果,而不是花里胡哨的装饰和不合理的过多涂层。据说了降低能耗,有飞机制造商甚至提出飞机外壳不涂涂料,相信这样的思路也在影响客车的外观和造型设计。好看让位于实用,是这次展会的一个特点。

同时,新的豪华客车没有出现过,豪华的程度也停留在以前的概念上,想必这又与全球金融危机有关,奢华已经不时髦了。

环保与保障残疾人因素优先

这届车展的参展客车已经全部升级到了欧V排放标准,国外客车厂商对于环保的重视程度和反应速度可见一斑。环保是我们设计客车的首选理念,系统切换得很快。同时,发动机也跟进得很快,这次发动机不仅有普通发动机,还有符合电动汽车(EV)、混合动力汽车(HV)标准的发动机,燃气发动机、生物燃料发动机等也有展出。有越来越多的厂家涉及到了新能源客车,但是纯电动客车还是比较少见,像安凯带去的纯电动+超级电容客车,在整个展会上是独一无二的。这次展会也有一些客车已经升级到欧VI排放标准,所以我们的客车厂商做环保的超前储备工作是绝对有必要的。

这届车展的参展客车还有个特点,就是将替残疾人考虑的因素贯彻在设计理念中,不但大型客车具有残疾人轮椅的进出升降机关,甚至在中型客车上也有这样的装置。这个因素的强调,说明国外残疾人的地位和社会参与程度比较高,因此他们的出行频率也比较高。我国的出口客车,尤其是出口到发达国家的客车要认真考虑这个因素。

其他的如匹配、细节设计等方面,国外的厂家也有很多独到之处,这次国内客车厂家派了大量的技术、设计人员到展会上观摩研究,相信他们将有很多收获和启发。

本版图片由 本报记者 周明 摄



参展的欧洲铰接车极具个性。



中型客车是本届展会的亮点之一。



图为参展的欧洲新能源客车。