

Kínában is terjeszkedik a DaimlerChrysler

Gonda György

A közelmúltban jelentették be Frankfurtban, hogy a Daimler-Chrysler és Kína első számú állami autóipari cége, a First Autoworks 50-50 százalékos tulajdoni hányaddal vegyesvállalatot alapít az ázsiai országban teherautók és autóbuszok gyártására.

A DaimlerChrysler véleménye szerint a kínai teherautó-piac kulcsszerepet játszik annak a cél-nak az elérésében, hogy a német-amerikai cég értékesítésében az ázsiai kontinens elérje a 25 százalékos részarányt. A cég jelenleg az ottani teherautó-piac mindössze

0,5 százalékát tudhatja a magáénak. A First Autoworks (FAW) viszont a kínai teherautó-piacon több mint 50 százalékos részesedéssel rendelkezik.

A tervek szerint a vegyesvállalat gyártási palettája elsősorban a közepes és nagy méretű teherautókra és buszokra fog kiterjedni. Nem gyárt majd úgynevezett könnyű teherautókat, a hiány pótlására ebben a kategóriában DaimlerChrysler igyekszik majd más megoldást találni, s ez valószínűleg az import lesz.

A bejelentés meglehetősen kellemetlenül érintette a Volkswagen, amely ugyanebben a

„műfajban” ugyancsak együttműködő partnert keres Kínában. Ráadásul a FAW a Volkswagennel igencsak hosszú ideje együttműködik Kínában személykocsi gyártásában.

A tervek szerint a Kínában történő vegyesvállalati teherautó- és buszgyártás az úgynevezett moduláris alapelvre épül, vagyis a járművek főbb egységeit módosítják, hozzáigazítják a helyi igényekhez. A DaimlerChrysler a gyártáshoz jelentős mennyiségű részegység és alkatrész importját tervezi, amelyet számottevően megkönnyít Kína csatlakozása a Nemzetközi Kereskedelmi Szervezethez.

Amerikai figyelmeztetés

Japánnak

2001. 03. 22.

Az Egyesült Államok kereskedelmi minisztériuma nemrégiben ismételten felhívta Tokió figyelmét arra, hogy az amerikai autógyárak számára még mindig számos nehézséggel jár az ázsiai szigetország piacára való bekerülés. Tavaly lejárt az 1995-ben tető alá hozott amerikai-japán autókereskedelmi megállapodás, amely többek között azt lett volna hivatott szolgálni, hogy az amerikai autóexport zökkenőmentesen bonyolódjék le Japán irányába.

Ismeretes, hogy a megállapodás megkötésére az után került sor, hogy Washington megfenyegette Japánt: a kétoldalú autókereskedelemben mutatkozó hatalmas amerikai deficit csökkentésére külvármót vetnek ki a japán luxuskocsikra, amennyiben Tokió nem nyitja meg akadályoktól mentesen a szigetország autópia-cát a külföldi gyártók számára. A megállapodásban foglaltak betartását ugyan évente felülvizsgálták, ennek ellenére az elmúlt két esztendőben tovább növekedett az USA kárára a deficit a kétoldalú autó-külkereskedelemben. Washington véleménye szerint ennek elsősorban az az oka, hogy az amerikai autók még mindig nem juthatnak be a japán piacra akadálymentesen, s nehézségekbe ütközik az amerikai alkatrészek és részegységek japán importja is.

Az amerikai gazdaság- és kereskedelempolitika számára most különösen fontos az autóexport.

Egyrésztől érezhetően lassul a gazdasági növekedés az USA-ban, másrésztől csökken az új kocsik iránti fizetőképes kereslet, s ennek nyomán az amerikai autógyárak termelése.

Tavaly Japán 57 milliárd dollár értékben exportált az Egyesült Államokba gépkocsikat, alkatrészeket és részegységeket. (Az ázsiai szigetországban ezzel szemben tavaly csak néhány ezer amerikai autót sikerült értékesíteni.) A kétoldalú kereskedelem-ben az amerikai deficit 74 milliárd dollár volt. A Japánból származó amerikai autóipari behozatal értéke tehát több mint a deficit 75 százaléka!

Tokió véleménye szerint viszont az ötéves autókereskedelmi megállapodás elérte célját, vagyis a japán adatok szerint csökkent a kétoldalú autókereskedelem amerikai deficitje. Ezt azzal is magyarázzák, hogy több japán autógyár újabb üzemeket létesített az elmúlt öt évben az USA-ban, s ezzel az ott gyártott „japán” kocsik importot váltottak ki. (Érdemes viszont emlékeztetni arra, hogy az amerikai piacon az elmúlt két évben számottevően eltolódott a kereslet a kisteherautók, az egyterűek, a sportkocsik és a dzsipek irányába, s ezeknek a kocsiknak jelentős része származik Japánból, tehát ezek a járművek „pótolják” az amerikai földön gyártott japán kocsik miatt „kieső” behozatalt. GGY

Tartós marad a General Motors hegymenete?

2001. 02. 22

Közzétette tavalyi előzetes eredményeit a General Motors, amely a statisztikák tanúsága szerint 2000-ben történetének második legsikeresebb évét zárta. Árbevétele egy esztendő alatt 176,5-ről 184,6 milliárd dollárra emelkedett, adózás utáni nyeresége pedig meghaladta a 4,4 milliárd dollárt.

Örömet jelentett az örömben – s egyben rontotta is a világ első számú autóiipari cégének eredményét is – az európai és az ázsiai divíziók gyengélkedése. Nem véletlen, hogy Robert Hendry, az Opel vezérigazgatója január közepén

A mellékletet szerkeszti:
Tar András

bejelentette: a várakozástól elmaradó tavalyi eredmények miatt távozik a GM európai leánycégeinek az éléről. Tavaly az Opel árbevétele 476 millió márkával, 33,5 milliárd márkára esett vissza, miközben veszteségei egy év alatt 81-ről 835 millió márkára, tehát több mint tízszeresére növekedtek. (Autóiipari elemzők szerint a gyenge teljesítményt részben az okozta, hogy az Opel nem készült fel a nagy mértékben dráguló üzemanyagárak következtében eltolódó keresletre a dízelüzemű járművek irányába.) Az USA-ban tavaly 17,8 millió új gépkocsi talált gazdára, s ez a mennyiség értékesítési rekordot jelentett. Az

amerikai gazdaság a tavalyi év vége felé már veszített korábbi nagy növekedési lendületéből, s az előrejelzések szerint idén a korábbi évekenél valamivel gyengébb teljesítmény jellemzi majd a gazdaságot. Természetesen ez az autóiiparban és az autói piacon is érezhető lesz.

Jack Smith, a General Motors elnöke viszont azzal számol, hogy a gazdaság növekedési ütemében várható lassulás az ágazatot nem érinti drasztikusan, s az autóiipar „sima landolásra” számíthat. Az elnök előrejelzése szerint az Egyesült Államokban idén 16-16,5 millió új autó értékesítése várható. A GM vezetői azonban bíznak ab-

ban, hogy az első negyedévben még gyengülő piac az év folyamán még növekedésbe fordul át. A GM előrejelzése szerint a cég első negyedévi termelése 1,2 millió jármű lesz, csaknem 21 százalékkal kevesebb, mint egy évvel korábban. A General Motors – a vezetés közleménye szerint – a tavalyi hegymeneti lendület megtartása érdekében a termelés hatékonyságát idén új, innovatív termékek bevezetésével, a kapacitások kihasználásának javításával, a költségek erőteljes lefaragásával, valamint a korábbi együttműködési megállapodásokban rejlő lehetőségek jobb kiaknázásával igyekszik fokozni. GGY

Terjeszkedik a BMW

Február elején avatták fel az angliai Hans Hallban a BMW új motorgyárát, amelynek termelőkapacitása az ideiglenes végéig eléri a napi 600 darabot. A tervek szerint 2001 decemberében a dolgozók száma megközelíti a 700 főt.

A mintegy 400 millió fontos beruházással készült gyár teljes kapacitása elérésekor évi 400 ezer 1,6 és 2 liter közötti motort állít elő és mintegy 6500 dolgozót foglalkoztat. A 4 hengeres motorokat a brit üzemből szállítják majd a BMW németországi gyáraiba, valamint a dél-afrikai Rosslinban és az amerikai Spartanburgban működő összeszerelő üzemekbe.

A legújabb statisztikák tanúsága szerint a cég számára kedvezően alakult a tavalyi év is. Világszerte összesen 822 ezer új BMW talált gazdára 2000-ben, ez 9 százalékos növekedést jelentett az előző évhez képest. Érdeemes megjegyezni, hogy ebből a mennyiségből a motorkerékpárok részesedése 74 ezer egység, ami 1999-hez képest 15 százalékos értékesítés-bővülést jelent.

Európában 510 ezer BMW-t értékesítettek 4 százalékkal többet, mint egy évvel korábban. Az első számú piac természetesen Németország, ahol tavaly csaknem 241 ezer BMW-t adtak el, s ezzel a cég ottani piaci részesedése elérte a 7 százalékot.

Jól teljesített a BMW az Egyesült Államokban is, s a növekvő tengerentúli keresletnek köszönhetően idén 25 százalékkal bővítik a dél-karolinai Spartanburgban működő gyár kapacitását.

Miután a cég a piackutatások alapján idén is az értékesítések további növekedésével számol, több üzemben kerül még sor kapacitásbővítésre. GGY

2001.02.

15.

2001. febr. 1.

Hullámvölgyben az ázsiai autópia

Az előrejelzések egybehangzóan azt tanúsítják, hogy az ideai esztendőre kifulladás az ázsiai autópia tavaly regisztrált boomja. 2000-ben Ázsiában összesen 7,8 millió új autó talált gazdára, idén ennél a mennyiségnél várhatóan 3 százalékkal kevesebb kocsit értékesítenek a térségben. Ázsiában 1998 volt az autópia „igazi” válságéve, akkor az eladások nem haladták meg a 7 millió darabot.

A statisztikák szerint az elmúlt két évben az ázsiai országokban – Japán kivételével – 60 százalékkal bővült a piac, ám a következő két esztendő az értékesítés számára a térségben jó esetben is csak stagnálást hozhat. A legnagyobb visszaesést az értékesítésben a szakemberek Dél-Koreában várják, ahol 2001-ben várhatóan az előző évinél 200 ezerrel kevesebb, összesen egymillió új kocsit vásárolnak majd. A kedvezőtlen autóértékesítési konjunktúrában a szakértők szerint többek között szerepet játszik a lakosság magas adósságallo-

mánya, valamint a tőzsdei árfolyamok tartós gyengélkedése is.

Idén Japánban is valamelyest csökken majd az új kocsik értékesítése, nevezetesen a tavalyi 4,22-ről 4,15 millióra. Érdeemes megjegyezni, hogy a japán autógyárak és a kereskedők számára 1996 kiemelkedő év volt, akkor a szigetországban 4,7 millió új kocsit értékesítettek.

Az előrejelzések szerint az új évtizedben az ázsiai autópia jelentős bővülésre számíthat, s 2010-től a térség jelentősen majd a világ autópiajához mintegy egyenget. Ugyanebben az időszakban Ázsiában évente már 10 milliónál több új gépkocsit fognak értékesíteni. Jól jellemzik a lehetőségeket a kínai értékesítési adatok: 1996-ban 377 ezer autót adtak el, idén pedig az értékesítésre kerülő új kocsik száma várhatóan meghaladja majd a 700 ezret.

A szakértők felhívják a figyelmet arra, hogy a várakozásokkal ellentétben a következő években nem Ázsia lesz

a világ autópiajának az „olcsó” termelésű központja. Egyrészt a nagy autópia cégek sem telepítettek jelentősebb gyártóbázist a térségbe, másrészt Japánon kívül a térség egyetlen országa sem rendelkezik olyan technológiával, amely a nagy szériás és alacsony költségű gyártást lehetővé tenné.

Az előrejelzések szerint a következő években a malajziai Proton, az indiai Maruti, valamint a dél-koreai Daewoo és Hyundai számíthat új tulajdonosokra és új vezetésre. Az Autopolis nevű ágazati tanácsadó cég előrejelzése szerint a térség országai a hazai ipar védelme miatt nem növelik számottevően a következő években autóbehozatalukat a régióból, s a gyakorlatban egymás autójának értékesítésére továbbra is vonakodnak megnyitni a piacot.

Évtizedünkben a térségben Japán után várhatóan Kínában, Indiában, Dél-Koreában, Tajvanon és Thaiföldön értékesítik majd a legtöbb új autót.

GGY

2001.02.
15.

Feléledőben a japán autópiac

Gonda György

Az autógyártók és a gépkocsikereskedők legnagyobb örömeire tavaly négy éven át tartó csökkenés után először emelkedett az értékesített gépkocsik száma Japánban.

Az elmúlt esztendőben az ázsiai szigetországban 4,1 millió minijárművekkal együtt pedig 5,97 millió új gépkocsi talált gazdára. Ez 1999-hez képest 2,7, illetve 1,85 százalékos eladásbővülést jelent. (Érdeemes megjegyezni, hogy a japán statisztikai nyilvántartás szerint minijárműnek tekintendők a 600 köbcentiméte-

resnél kisebb motorral felszerelt autók.)

Továbbra is a Toyota a piacvezető a japán piacon tavaly 6,5 százalékkal 1,76 millió egységre növelte értékesítését. A kiváló eredményben jelentős szerepet játszott az új Corolla és a Yaris modell. Számtottevően növelte a hazai piacon eladásait a Honda is, amely tavaly Japánba 755 ezer kocsit értékesített, 14,5 százalékkal többet mint 1999-ben. Különösen decemberben ugrottak meg – mintegy 26 százalékkal – a Honda-eladások. Igencsak népszerűek lettek a japán autóvásárlók körében a

tavaly szeptemberben piacra került megújult Civic, valamint az októberben piacra dobott Stream kompakt egyterű modellek.

Elvesztette a hazai piacon korábbi második helyét a Renault érdekeltségébe tartozó Nissan. A cég értékesítése odahaza 730 ezer gépkocsi volt, 5,7 százalékkal kevesebb, mint a megelőző évben. Ugyancsak kedvezőtlen esztendőt zárt a Mitsubishi, amelynek értékesítése 2000-ben 8,6 százalékkal maradt el. Japánban tavaly 543 ezer Mitsubishi-t vásároltak. A DaimlerChrysler által irányított

Mitsubishi gyenge teljesítményében egyrésztől egy nagy port felvert szavatossági botrány, másrésztől a hatékonyság javítását szolgáló intézkedések játszottak meghatározó szerepet.

Ami az idej esztendőre vonatkozó előrejelzéseket illeti: várhatóan folytatódik a piac élénkülés, s továbbra is az új kocsik értékesítésének növekedésére számítanak az iparági piackutatók. A japán autógyártók szövetsége 2001-re 2,2, a márkakereskedők szakmai szövetsége pedig 1,3 százalékos értékesítés-bővüléssel számol.

Beruházásözön a Volkswagennél

2001. 07. 25.

Igen nagy mértékben növelte a VW AG a 2001-től 2005-ig terjedő időszakra vonatkozó beruházási tervét. Az ötéves előirányzat összege 63,5 milliárd márka, amely 3 és fél milliárddal több egy korábban bejelentett beruházási keretösszegnél.

A vállalatbirodalom beruházási stratégiájában a következő esztendőekben meghatározó jelentőségű a hazai gyárak korszerűsítése. Ezt az irányzatot jól jelzi, hogy a VW a beruházási keretösszeg 60 százalékát németországi gyári modernizálására fordítja a következő öt évben.

Az előzetes mérlegadatok szerint 2000-ben a VW nyeresége mintegy 30 százalékkal haladta meg az előző évit. 1999-ben a cégcsoport nyeresége 1,65 milliárd márka volt, amely elmaradt az 1998-ban regisztrált 2,24 milliárdos rekordprofittól.

A VW igen kedvező eredménnyel zárult tavalyi üzleti évében fontos szerepet játszott az új költségcsökkentő platformstratégia is. Évi hatmilliárd márka költségcsökkenést vár a cég attól a programtól, amelynek keretében átalakításra kerül a termelés egész rendszere. Ennek az a lényege, hogy a VW a figyelmét a nagyobb szériák gyártására összpontosítja olyan főrészegységekből, melyek a cég több modelljéhez is felhasználhatóak lesznek.

A tervek szerint 2005-re fejeződik majd be az összesen 11 közös gyártórendszer kialakítása, valamint az autók jelenlegi alaplemezeinek átalakítása. 2005 után a gépkocsik gyártása már nem modellek szerint szerveződik, hanem alaplemezek, úgynevezett platformok szerint. A számítások szerint az új gyártásszervezés nyomán egy-egy autó előállításánál mintegy ezer márka takarítható meg.

Érdeemes megjegyezni: egyre több autógyár törekszik a minél több modellt kiszolgáló platformrendszer kialakítására. GGY

Ismét karcsúsít a General Motors

2001. január 18.

A piaci pozíciók megtartása, illetve javítása érdekében nemrégiben a General Motors újabb takarékosági és ésszerűsítési intézkedéseket jelentett be.

Gonda György

Ezek közül talán a legnagyobb visszhangot a váltotta ki, hogy a GM bezárja az Astra modelleket is gyártó nagy-britanniai üzemét, s felszámolja az Oldsmobile márkák gyártását.

A szigetországban az Astrákat – a modellt ott Vauxhall néven ismerik – a lutoni gyárban állítják elő, amelynek bezárását 2002 elejére tervezik. Az üzem bezárása a tervek szerint kétezer dolgozó elbocsátásával jár majd, miközben félezer embert az ugyancsak Lutonban lévő, teherautókat gyártó GM-gyárba helyeznek át.

Az európai karcsúsítást, valamint a legrégebbi amerikai autómárka, az Oldsmobile gyártásának megszüntetését a detroiti céggéközpontban azzal indokolják, hogy Európában csökken a kereslet a világ első számú autóipari óriásvállalatának modelljei iránt. A döntések meghozatalában fontos szerepet játszott az is, hogy a cég veszteségei folyamatosan növekednek Nagy-Britanniában, s a vállalat működési nyeresége számottevően elmarad a várttól.

Szakmai körökben feltűnést keltett az a bejelentés, hogy miközben a GM a piaci kereslet szűkülése miatt a kapacitások megnyirbálására kényszerül gyáraiban, német leánycége, az Adam Opel AG 2001-ben igencsak erőteljes beruházási tevékenységgel számol. Az Opel a ter-

vek szerint 2,4 milliárd márkát ruház be a modellválaszték frissítésére és a termelőkapacitások korszerűsítésére. Ebből az összegből 820 millió márkát fordítanak a 2002-ben „csatasorba álló” új rüsselsheimi összeszerelő üzem építésére, 650 milliót pedig a kaiserslauterni gyárra. Ez utóbbi gyártja majd az új Ecotec motorokat.

A veszteséges tevékenységek felszámolására való törekvéssel egy időben a General Motors igyekszik megfelelni a piac mind komplexebb kiszolgálást igénylő elvárásainak is. A General Motors, a Ford és a Daimler-Chrysler a közeljövőben közös internetes honlapot hoz létre autóalkatrészek értéksítésére.

A közös vállalkozás azért is számíthat jelentős üzleti sikerre, mert az autójavítók és

a szervizállomások jelenleg telefonon vagy faxon rendelnek alkatrészeket és részegységeket a kereskedőktől. Az elektronikus összeköttetés olcsóbbá és hatékonyabbá teszi a beszerzést; ez a következtetés ma már más iparágak példájából is egyértelműen levonható.

Az előrejelzések és a piaci irányzatok tanúsága szerint az alkatrészfeldolgozó üzlet van, mint az új autók értékesítésében, ezért a három cég nagy üzleti lehetőséget lát az internetes kereskedésben. Csak Észak-Amerikában – a német Handelsblatt szerint – évi 40 milliárd dollárra tehető az alkatrészpiac nagysága, s a közös weboldal várhatóan nagy hasznot hoz majd az autógyáraknak, az alkatrészkereskedőknek, a szervizeknek, s nem utolsósorban az autótulajdonosoknak.