

涉嫌产品抄袭

上汽、东风打“口水战”各执一词

“除上汽集团外,国内任何企业都未以技术转让方式引进过 LDV 技术。”一封标题为《上海汽车商用车有限公司媒体声明》的邮件昨日发至众多媒体邮箱,此外,还附上了《LDV 轻型汽车知识产权转让合同》。

一位业内人士称,上海汽车商用车有限公司虽然没有明确提及竞争对手名字,但很明显所指对象是 6 月 19 日正式上市的东风御风这款产品。

6 月 18 日,记者分别致电东风汽车股份有限公司(下称“东风股份”)以及东风襄阳旅行车有限公司相关负责人,东风方面均称,(上汽)多虑了,东风御风如果沿用 LDV 平台,做不出来长轴距的车。

一时间,双方各执一词。而双方大打“口水战”的背景是,国内商用车市场连续数月大幅下滑,双方企业所处的轻客市场恰恰是商用车市场中仅存的有增长潜力的细分领域。

“李逵”捉“李鬼”?

已经在市面上销售将近 10 个月的上汽大通 V80 产品,是轻客市场上唯一的发动机前置前驱的产品,也是上汽集团全资收购了英国 LDV 公司之后,基于 LDV 轻型汽车技术研发和生产的主力产品。

但 5 月 29 日东风御风 A08 欧系轻客在北京举行专业媒体试乘试驾会上,该公司在做产品介绍时,频频提及“引进英国 LDV 技术”,并且提出“8 项售后服务承诺”,这与上海汽车商用车有限公司(下称“上汽商用车”)为推广大通 V80 提出的“8 项服务承诺”相似度颇高,令上汽商用车有些许不爽。

在品牌推广方面,东风御风用了“和融创新、基准之上”,而上汽大通则为“国际基准”。两者颇有针锋相对的味道。

虽然东风御风 6 月 19 日才正式上市,但两个竞品的火药味已经很浓。上汽商用车公司品牌及市场管理部相关人士接受记者采访时感到无奈:“(东风)不光抄产品,从广告到售后服务承诺,到新闻稿内容,几乎全部抄袭。”

上汽商用车方面认为,最不妥当之处在于,东风不应该称自己的产品“引进英国 LDV 技术”,“我们是唯一有资格用 LDV 技术和商标的企业。”上汽商用车公司品牌及市场管理部总监杨洪海对记者说。

为此,上汽商用车公司 6 月 18 日正式对外界发表了声明,声明中称:“英国 LDV 公司破产后……上汽集团的全资子公司上海汇众汽车制造有限公司从英国 ECO CONCEPT LIMITED 独占性地收购了 LDV 公司轻型汽车技术及商标的全部知识产权和权益。”

在上汽商用车来看,刚刚上市的东风御风是东风襄阳旅行车有限公司在对 LDV 原车进行逆向开发之后的产品。类似于几年前国内自主品牌汽车企业普遍采用的产品开发方式——从国外买回原型车,拆解之后逆向开发。

而无论是吉利、奇瑞、比亚迪甚至长城,都曾因为逆向开发惹来不少跨国车企的国际官司。

上汽 MAXUS 大通是上汽集团借 2008 年国际金融危机,利用英国

商用车公司——LDV 公司陷入财务危机并停产的机会,于 2009 年 10 月 12 日正式收购了该公司的有形资产(工厂设备)及无形资产(技术、品牌等),并且是独占性拥有。近 30 亿元投资使得上汽集团拥有了一个具有国际竞争能力的轻型商用车产品平台。

东风御风的“傍大款”行为显然令上汽十分难受。“国内做自主品牌挺难的,外面有外资企业压着,国内还有一帮兄弟挤着,大家不是想共同把市场做起来,而是相互挤兑。”上汽商用车相关人士感叹道。

为啥仿销量不好的产品?

东风方面坚决否认了上汽商用车的质疑。

6 月 18 日,东风股份的一位内部人士接受记者采访时表示,作为同一个细分市场的产品,东风肯定也要研究 LDV 技术的,也大量分析过欧洲其他品牌的产品,在初期产品宣传时也许提过(LDV 字样),但 6 月 19 日御风上市,会有正式宣传材料来介绍这个产品,根本没有提 LDV。

“上汽大通太小家子气了,我们这边从来没有多想,坦率讲,大通现在市场销售并不太好。”东风御风汽车销售公司市场部人士接受记者采访时表示。

“我们的总成零部件跟上汽没有相同的,发动机东风用的是日产的,发动机变了,外观、大小、体积都不一样,空间布局都不一样,车身上的安装点也不一样,没有相似性。只有变速箱,上汽用的是五挡,我是六挡。”上述人士称。



基于英国 LDV 平台技术的东风御风MPV

至于让上汽恼火的“基准之上”4 个字,东风御风则称,自己的本意是指“轻客基准”,而非上汽的“LDV 技术”基准。

“我们本身认为 LDV 是一个失败的车型,上汽商用车应该想办法跟东风共同做大前置前驱市场,从全顺、依维柯市场中抢得更大的市场。”上述人士坦言。

东风为了打造轻型商用车板块,也投入了大量人力物力,3 年前项目开始启动,总投入 20 多亿元。

轻客市场是目前国内商用车市场中唯一企稳的领域,相对于重卡、客车等下跌 30% 以上的细分市场,轻客始终保持稳定,去年全国轻客市场整体销量在 10 万辆左右,业内人士预计,今年该市场会与去年持平,但明年会有 10% 以上的增幅,更有乐观者认为,轻客市场明年会

保持在 20% 以上的市场增量。

目前在轻客市场上,竞争并不十分激烈,全顺、依维柯稳居第一阵营,市场占有率达到六成左右,而上汽大通、东风御风是欧洲宽体轻客的代表,与江淮一起,是这一领域的新兵。

事实上,不少企业也同时盯上了这块“蓝海”。不完全统计,2012~2013 年间,黄海客车、潍柴等整车及零部件企业的欧系轻客项目将陆续投产。届时,由全顺、依维柯双强垄断的市场将走向充分的竞争。

而这正是上汽商用车与东风御风大打“口水战”的重要原因。

面对核心技术的缺失,国内自主品牌汽车企业未来企业竞争力的塑造方面,已变得异常谨慎。

(据《第一财经日报》)

广告