

# “中国牌”四两拨千斤 穆拉利该去拯救微软了

本报记者 王超

是时候为福特汽车首席执行官艾伦·穆拉利树碑立传了吗?当然不是。尽管穆拉利自己早就出了书,有关他正史的传记版本也有不少,但年近70岁的穆拉利的传奇故事远未结束。从波音到福特,再到绯闻中的新东家微软,这个老人始终停不下来。

早已过了退休年龄的穆拉利频繁遭遇返聘和挖角,令人倍加羡慕。要知道,戴姆勒CEO蔡澈才61岁,就已经有不少人期待他下台,但戴姆勒的困扰是,至今没有人能替代蔡澈,于是他理所当然地继续了3年的约。

穆拉利看似境界很高。福特现任首席运营官马克·菲尔兹是他得力的干将,这些年来菲尔兹在福特的地位仅次于穆拉利,因为后者早就想让他接班了。不出意外的话,菲尔兹将延续穆拉利“一个福特”的战略,特别是中国市场的“1515战略”要顺利完成。如此,穆拉利可以放心地离开福特,或者为久病缠身的微软动动大手术,或者为美国政府服务。竞选总统就算了,他这个年龄吸引不了选民的票。

穆拉利1969年加入波音公司,1994年



## 沃尔沃S80防弹车入选七国集团首脑峰会

本报讯(记者钟天骢)七国集团首脑峰会6月4日至5日在比利时布鲁塞尔举行,沃尔沃S80防弹车再次被选为元首座驾。据主办方透露,选择S80作为元首用车的主要原因是因为它安全、奢华、舒适、品质一流,而且具有悠久的历史传统。本次峰会共有5辆S80效力,其中有4辆黑色加长版,一辆深灰色加长版,防弹级别均为B6+。沃尔沃S80防

## 纳智捷优6上市:弱势品牌如何求生存

本报记者 黄少华

如果把中国车市比作世界杯,那么,大众、通用、丰田等就好比德国队、巴西队等强队,而众多弱势品牌和自主品牌则好比中国队,虽然也有机会,但出线的可能性比较小。

好在,市场毕竟不是世界杯,还没到你死我活的地步,一起把“蛋糕”做大了,共生、共享也不是没有可能。当然,市场终究还是强者说了算,比如在SUV市场上,差不多的配置,外观可以卖到20多万元,而且月销过万辆,成为细分市场销量最好的车型;长城哈弗H6,凭较高的性价比和口碑,也有不错的销量,而另外一些SUV车型,不仅价格低了将近一半,而且销量也非常不尽如人意,这就是市场的残酷性。

在这种情况下,品牌力并不占优势的纳智捷,如何让消费者能够更好地接受新产品,就是一个大难题。6月6日,东风裕隆纳智捷战略车型优6在京上市,新车分1.8T和2.0T两种动力共7款车型,售价12.88万-18.28万元。东风裕隆总经理吴景夫表示:“纳智捷优6的推出,全面展现了东风裕隆的研发实力及创新内涵。自动驾驶至今,新车已引起市场强烈反响,全国范围内已接单超过6500辆。”

东风裕隆营销总部部长单志东表示,纳智捷优6是基于纳智捷5 Sedan轿车

## 明星加补贴 北汽启动“卫·蓝先锋”

本报记者 钟天骢

上周北京的一场暴雨过后,微信朋友圈里被“彩虹蓝天图”刷屏了。当城市的人们仰望天空纷纷记录下这久违的美景时,心里除了激动更多的是疑问:好天气能够维持几天?防霾真的只能靠等风来、等雨来?

“低碳出行,从我做起”——6月5日世界环境日当天,北汽新能源联手启动的“卫·蓝先锋”行动计划,希望用实际行动来回答北京市民心中的疑问。影视演员濮存昕、电视主持人春妮、交通广播主持人李莉、顺风车活动发起人王永等4名社会知名人士正式受聘为北汽绿色出行大使,承诺将积极倡导广大市民选择纯电动汽车作为交通工具,并将率先使用北汽新能源提供的E150EV纯电动汽车,践行绿色出行理念。

北汽新能源总经理郑刚介绍,本次活动配备的北汽E150EV电动车具有三大特点:第一,同级别同价位电动汽车中续航里程最长。E150EV配备25.6kwh的大容量磷酸铁锂电池,一次充满电可行驶160至

起担任波音飞机开发高级副总裁,负责研发、试飞、取证和政府技术联络业务,1998年担任总裁。穆拉利还是美国国家航空航天局顾问委员会成员,以及美国国家航空航天学会前总裁及其基金会的现任总裁。

不难看出,穆拉利与美国政府关系密切,即使他身在福特,心也在波音。美国9·11事件发生后,波音失去了大多数客户,穆拉利力排众议,推出了波音787,并在其去福特之前,留下了创纪录的飞机订单。

有人很诧异,为什么穆拉利去哪个企业,哪个企业就要被推进手术室?事实上,这不仅是经营策略问题,还牵扯到政治影响。当年通用汽车被美国政府收归国有,不只是为了拯救美国汽车产业,还因为它代表了美国工业的高度,关联着美国在全球的经济利益等事实。因此,当福特律这个城市破产了,通用还要挺着活下去。

比尔·福特的一个电话挖来了穆拉利,只是一个传说。穆拉利是带着任务来到福特的,他更像是美国政府的一个幕僚,只不过借用企业的身份站在了前台。

于是,对中国市场有心没肺的福特,突然间来了精神。波音飞机的中国订单可以依

靠两国首脑往来获取一大部分,只需考虑到欧洲与中国的关系即可;而福特在中国卖得好不好,政府关系也不容忽视,如沃尔沃顺利地出售给了吉利,穆拉利要记一大功。

从前,福特在中国的战略是我卖我的,你骂你的,“中国最重要”只是嘴上说说,一副玩世不恭的姿态。但穆拉利掌舵后,全新平台的产品实现了全球同步引进,一年一款新车已经OUT了,一年全系产品才见真章。比如,这么多年来,福特几乎不向中国市场引进SUV,到了真心想出的时候,就一口气推出翼博、翼虎、锐界、探险者4款重量级SUV,将各个细分市场逐个击破。

从前福特旗下的几大品牌,沃尔沃和林肯是最重要的。前者已经作为厚礼回馈了中国车企,当然也卖了个不菲的价钱;而后者是以总统命名的豪华车品牌,俨然就是美国的红旗车,作为福特自己的高端血

## 比亚迪S6是怎样获得25万用户的

本报记者 马连华

6月6日,在2014款比亚迪S6上市会上,比亚迪上演了一场充满创意的真人秀:33个足球宝贝和两名裁判从一辆新款S6中鱼贯而出,在场的小伙伴目瞪口呆。比亚迪通过这种方式,证明了新S6的空间“最能装”。

从表面上看,这是一个小小的创意,但深层次却展示出比亚迪一贯的营销风格:不搞空洞的口头宣传,是骡子是马拉出来遛遛。无论是比亚迪插电混动车参加中国汽车拉力赛,组织“泰泰列国”挑战赛,还是比亚迪E6电动车参加环青海湖电动车赛,2014款S6现场装下35个人,都是以实际行动来证明自己的实力。

在本次上市会上,比亚迪还进行了一场车内噪音挑战赛,让媒体对2014款S6和众多同级对手进行噪音检测,借以展示S6的静音水平。这种做法既是自信的体现,也暗示了比亚迪的技术实力。比亚迪销售经理侯雁介绍,2014款比亚迪S6经过多次测试和改良,增加了大量吸音棉、阻尼片、空腔阻断、密封胶等隔音材料,提升了车身的密

## 新宝马X1的矛盾定律:尊重个体就是融入群体

本报记者 王超

在福建漳州火山岛上市的新宝马X1,以“行动定义自由”的产品定位,展示了宝马对年轻化市场的深度研究。选择在宝岛唯一的滨海火山举办上市活动,凸显了其以感官印象展现品牌内涵的做法。宝马认为,X1的客户是中国的新生代,他们天生乐观、崇尚自由,同时锐意进取、勇于探索,乐于意料之外的创造和不期而遇的惊喜。

据介绍,新宝马X1共有10款车型,售价为25.9万-43.6万元。X1 18i车型的发动机总成全部升级为2.0升双涡轮增压增压发动机,自动挡车型标配BMW 8速手自一体变速箱,成为同级唯一全系普及高端动力配置的车型。

如果以不同的车型对应年龄,中国车主要以欧美车主至年轻10岁。作为紧凑型豪华SUV(宝马将其定义为SAV),新X1为了抓住年轻客户可谓不遗余力。在宝马看来,新X1将行业领先的双涡轮增压增压技术与全球最智能的xDrive全驱系统广泛应用于产品系列,并提供了更加丰富个性的专属定制服务,体现出华晨宝马高效灵活的生产能力,以及以客户为导向的市场战略。

华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官康思远表示:“随着新宝马X1的推出,华晨宝马发出了一个清晰的信号,那就是

## 新明锐的悬挂争议:增配还是减配

本报记者 黄少华

换代,对有些车型来说意味着新生,而对有些车型来说,则意味着没落。

经典的案例有很多,比如大众的捷达和桑塔纳,丰田的卡罗拉等,尽管已经可以称得上“老当益壮”,但在时代车轮滚滚向前的浪潮中总能成为消费者关注的热点。其中,除了品牌力之外,对于消费者心理和需求的把握也是关键因素。失败的案例同样很多,比如睿翼,从上市至今一直被笼罩在老马的阴影下。

5月18日上市的全新一代明锐,在迟到来多年后终于姗姗来迟,这款寄托了上海大众斯柯达殷殷期盼的车型,能否再次成就一代经典呢?近日,记者在上海试驾了全新明锐。虽然外观上有了不小的变化,但家族式的前脸设计,还是能让你一眼看出,这是斯柯达的产品。

事实上,外观设计一直是非常私人化的感受,特别是一些比较个性化的设计,往往是“A之良药,B之砒霜”。也许正因为意识到这一点,因此,斯柯达的设计师们并没有打算标新立异,而是在细节上下功夫,从而达到既传承又超越的效果。

对于中国消费者最为看重的空间,斯柯达的工程师们则一点儿也不“吝啬”,与老款相比,新明锐的轴距增长了108毫米,达到2686mm,从而使后排的乘坐空间非常宽敞。掀背式后备箱盖也一直是明锐的优势设计,有利于大物件的拿取,在全新明锐上当然继续保留。同时,新明锐还在后挡

风,穆拉利留下它是必然的。

在今年与福特的合约到期后,穆拉利未必能看到林肯在中国市场大卖,但林肯入华的大阵仗,已经为菲尔兹铺好了路。这款豪车如果能超越凯迪拉克,第一步任务就完成了,至于和德系豪车比拼,可能还是需要用到政府资源。

穆拉利的聪明之处,在于他知道中美经济的强关联性,从波音到福特,穆拉利做的已经超出了企业家的范畴,更像是“中美战略与经济对话”。所以,当穆拉利的忠实拥趸争先恐后为他树碑立传的时候,这些故事是忌讳。

如今,穆拉利的去向依旧是谜。但基于穆拉利在波音和福特的声望,多数人还是希望他去管理一个企业,比如说微软,这个美国IT业的支柱企业是必须要拯救的。比尔·盖茨退休后,这个企业已经渐趋下

封水平,整车降噪效果明显高于很多对手。

S6的安全性能也要通过“攀比”来展现。侯雁说,在C-NCAP碰撞测试中,S6获得五星安全评级,成为自主首款五星安全SUV,高于众多同级对手。他拿钢板为例说,同类品牌的前后防撞钢梁厚度是1~2毫米,但S6采用的是双层高强度防撞钢梁,前防撞钢梁达到4毫米,后防撞钢梁为3.2毫米。

侯雁还把2014款S6的发动机与对手比较。2014款S6搭载比亚迪自主研发的1.5TI发动机,整合了全铝合金发动机机体、缸内直喷、涡轮增压、可变气门正时四大技术,最大输出功率达到113kW,峰值扭矩249N·m。最让他洋洋得意的是,区别于只有涡轮增压技术的同类车型,S6的1.5TI动力还有缸内直喷技术,从而具备了升功率大、燃烧效率高、油耗更低的优点。“每次看到只有涡轮增压没有缸内直喷技术的车型,就有一种累觉不爱的感觉”,侯雁说。

除了跟对手比,比亚迪也跟自己比。侯雁说,S6原有的2.4L动力车型同样进行了升级,比亚迪自主研发的488QA发动机+6速手自一体动力总成代替了原来的三菱4G69发动机+4速自动档动力总成,带来更

比如说,在中国市场,微软越来越不得力,光芒早已被苹果盖过。

以前,微软还仗着Windows系统带来的占有率,掌控着话语权,动辄就拿盗版说事。如今,中央机关采购采用Win8,则透露了不少隐晦的信息。Win8的不安全技术架构,一旦以保护信息安全为由被全面禁止,微软的好日子也该到头了。

这或许标志着,穆拉利大显身手的时候了。穆拉利的下一步,将是在大数据时代,安抚那些遭到信息安全困扰、对隐私泄露充满恐慌的市场。与波音、福特一样,微软的背后仍然闪现着美国政府的身影。确保软件系统安全只是权宜之计,劝解美国改变信息监控策略,开放技术平台,才能让微软保住中国市场。

如果穆拉利真的去了微软,这或许将是他人生中最具挑战意义的事儿。

强劲平顺的动力,也进一步提升了燃油经济性,百公里综合油耗仅8.8L。

丰富的安全配置,190mm的离地间隙、2720mm超长轴距也被侯雁拿来与对手逐一比较。2014款S6拥有8安全气囊、彩色显距倒车影像监视、右前轮盲区可视、全方位倒车雷达,同时改进了内后视镜电子防眩的功能,使得防眩更舒适,行车更安全。全系标配LED高位制动灯、光感自动控制大灯系统、带喷水洗涤功能背门雨刮、超速报警功能、手刹未解除警报提示等功能,还配备了抓地力更好、胎噪更小的米其林轮胎。对于一款官方指导价7.99万-12.39万元的车型来说,这种配置又出了优势。

人与人之间攀比,比“人比人,气死人”,但产品与产品比,却是“有比较才有鉴别”。没有实力的产品是不敢去挑战对手的、勇于比较的,比亚迪的做法源于比亚迪技术积淀的实力,也成就了比亚迪的快速成长。以S6为例,自2011年5月上市以来,上市半年后即进入月销万辆俱乐部,蝉联自主品牌SUV单车销量冠军。目前,S6已累计销售超过25万辆,敢于挑战对手的勇气是重要原因。

斯巴鲁“31座森林星之旅”

首站四川卧龙

本报讯(王京辉)斯巴鲁汽车(中国)有限公司“31座森林星之旅”第二季的首个精选站活动在四川卧龙举行。斯巴鲁带领百余位汽车媒体人士和斯巴鲁车主分别赴四川卧龙及大巴堰两个大熊猫保护地进行探访、考察,认养了一只大熊猫并捐赠了一辆Forester森林星和若干物资用于熊猫保护。

“31座森林星之旅”活动,为客户创造了全新的有车生活体验模式。为了持续助力中国生态保护事业,帮助更多消费者实现绿色远行梦想,斯巴鲁在今年4月4日的北京车展上启动了“31座森林星之旅”第二季活动。相比第一季,本季活动更加丰富和精彩:斯巴鲁在全国各地选定了31个风景优美的自然保护区作为远行目的地,并将四川卧龙、宁夏贺兰山、江苏大丰和陕西秦岭作为四季精选目的地。

xDrive28i车型0~100公里/小时加速仅需6.5秒,油耗也低至7.7升。

基于国内豪华车消费者对专属定制服务的庞大需求,新宝马X1也将从“选你所”所有“升级”为“定我所需”,专属定制项目的开放将取代原有选装包。为了让苛刻的年轻消费者和新富一族获得更佳的服务体验,宝马可谓下了十足的功夫。

宝马X1要颠覆的,是时下非理性的豪华车消费文化,让品牌的年轻化概念和产品的新锐感深入人心。它要告诉年轻人,真正的表达是什么。“以车标评价车身份”的时代早就过去了,一款新X1,可以演变为无数个表达你自我个性的不同车型,融入你个人的审美观和价值观。尊重个性表达,“以行动定义自由”,新X1开启的,是以中国年轻人为核心的崭新消费观,代表了自我,也代表了融入。

2014巴黎车展将于10月4日召开

本报讯 据巴黎车展组委会消息,2014巴黎车展将于10月4日至19日在巴黎凡尔赛门展览中心召开,媒体日为10月2日和3日两天。本次巴黎车展的展览面积比上届增加,新闻发布会从早上7点30分开始,所有发布会不会同时举行,以方便媒体参加。今年主办方将与法国国家视听学院(INA)合作,举办一个名为《汽车与时尚》的主题展览。展区按时间顺序编排,反映汽车与时尚的关系史。10岁以下儿童免费参观。目前展会官网已经开启网上售票服务。

东风启动企业“社会责任月”

本报讯 随着“大协同”战略的稳健推进,东风决定将每年的6月定为东风汽车的“社会责任月”,着力打造“大东风”履行社会责任能力建设 and 体系化管理的全新平台。6月5日,随着东风公司2014年“社会责任月”的启动,围绕东风社会责任中期行动计划——“润”计划的五大责任,包括文化、社会公益和环境等领域的活动将陆续推出,东风也成为汽车行业首个举办类似履责活动的中央企业。

梅赛德斯-奔驰国际音乐节开幕

本报讯 6月7日,2014梅赛德斯-奔驰国际音乐节于2014梅赛德斯-奔驰国际音乐节在为期两个月的梅赛德斯-奔驰特别邀请多位东西方顶级音乐大师,以丰富灵活的艺术表现形式,诠释了一曲曲经典的音乐作品,为车主以及古典音乐爱好者们带来最独特动人的音乐体验。