

# 呼吁法治《汽车产业政策》还是废了好

本报记者 马连华

近年来，围绕汽车产业的各项法规正逐步建立起来。以召回为例，国家已经出台了一系列汽车召回法规，汽车召回日渐走向正轨。汽车三包政策的出台更是汽车消费史上的里程碑。

但是，我国汽车产业仍然存在法制不健全、多头管理、重审批轻监管、监管不到位等问题。在汽车消费环节，消费者维权难、举证难也普遍存在。即使国家出台了一系列召回法规和三包政策，消费者维权难的问题依然屡见不鲜。

10月即将召开的党的十八届四中全会，首次以依法治国为主题，全面推进依法治国。与此步调一致，汽车产业未来也将深化改革，加强法制建设，从红头文件

管理转变为法制管理。几十年来借助产业政策推动发展的汽车产业，将步入法制化运行的新轨道。在9月6日召开的2014泰达汽车论坛上，多位行业主管领导的发言释放出了这一信号。

例如，国家发改委产业协调司司长年勇表示，汽车产业的宏观管理很多方面还不能适应经济发展、产业发展、汽车发展的新形势新要求，宏观管理上也存在着管理环节多、层次多、重前置审批，轻事后监管等问题。“中国汽车市场已经是2000万辆的规模，如何粗放、不可持续的管理模式，是我们面临的一个重大课题。”

年勇表示，党的十八届三中全会对国家的深化改革进行了全面部署，汽车产业的发展也要遵循这个模式。其核心就两句话，一个是全面深化改革，一个是汽车的宏

观管理要走上去法制化的管理道路。“要改变过去的宏观管理模式，让管理逐渐走向法制化的轨道。我们正在研究，使法律覆盖汽车产业的生命周期全过程。法律将会以一种强制、长效的机制来规范整个汽车行业，覆盖产品生产的全过程及全生命周期。”

此前，我国汽车产业有严格的准入制度，但对于具有生产资质的车企，国家对其在生产、销售、售后等环节的监管力度有待提高。年勇表示，未来要推动监管，改变过去“重前期，轻后期”的模式，进一步采取多种措施，加强事中、事后的监管，使我们的管理水平、感觉能力能够适应经济发展、产业发展，汽车行业发展的新形势、新要求。

国家发改委产业协调司原司长陈斌见证了1994年和2004年汽车产业政策的出台和发展历程。他认为，在当时二三十个部门多重管理的混乱状况下，国家出台一个统一的汽车产业政策，对于规范行业发展是有积极意义的，然而随着时代的进步，政策也需要作出新的调整。

他认为，过去汽车行业的管理主要靠红头文件，在行业准入与目录认证一头一尾两个环节进行事前与事后管理。未来，应当通过行政法规进行监管，适当放开事前环节，主要监管事中和事后环节。

“缺陷产品召回管理条例”是10年前就制定的法律条例，它存在就非常不好，以后国家应该依靠这类法规来规范企业行为，通过认证和标准来限制企业准入，而不是政策。”陈斌说。

原中国机械工业部部长何光远非常认同陈斌的观点，他表示，以后汽车产业要进行法制化管理，不是靠政策，而是靠法规，针对汽车产业的“五年规划”已经不一定需要。年勇也表示，《汽车产业发展政策》确实存在消失的可能，其去留问题正在讨论中。

中国机械工业联合会特别顾问张小虞认为，汽车产业法制化就是要逐步改变行政指令在产业发展中的分量，深化市场经济改革和转型，突出经济法制的概念。从市场经济法制建设的角度出发，按照市场

规律和法规办事。“汽车产业宏观发展政策或者类似的五年中长期规划都不会再次出台。汽车产业将作为国民经济中的一个产业适应和符合普通规则。”

在本次论坛之前，汽车行业展开了大规模的反垄断调查。中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬表示，“反垄断”调查需要更加法制化。中国国家信息中心信息资源开发部主任徐长明分析，未来，很多国家政策或将退出汽车行业管理机制，法律将成为政府引导汽车行业的重要手段。

全国政协副主席、科技部部长万钢在发言中，强调了健全的法制法规对新能源汽车的重要作用。他指出，良好的市场秩序和健全的政策法规环境，有助于促进技术进步，一方面要在安全、环保的前提下，降低新能源汽车市场准入门槛，拓宽投融资渠道，鼓励社会资本的投入。另一方面要完善标准、健全法规、严格监管、着重破除地方保护的壁垒，建立统一有序的市场环境，进一步促进企业的公平竞争，促进新能源汽车的可持续发展。

## 向新轩逸学习什么？

实习生 汪宁

如今，中产阶级已成为社会的主导力量和消费主力。受多元化的需求影响，他们在购车时不仅强调自己的感受，更注重家人的需求。因此，中级家用轿车向来是销量最大的细分市场。今年上半年销量前10的乘用车中，过半的车型都来自该细分市场。作为家轿市场的代表，新轩逸全面、均衡的产品力和走心的情感诉求值得其他车企学习。

来自法国益普索公司调查显示，家庭是汽车最重要的消费用途之一。作为有孩一族的王先生就表示：“家庭是我目前生活的核心，所以选车时十分看重车的安全性、空间和乘坐感受。当然，我也想要不错的动力表现和操控乐趣。综合起来，我选了新轩逸。”

可以发现，如今单一的产品优势已难以打动消费者。以新轩逸为代表的车型，凭借全面均衡的产品力以及“越级款待”的情感诉求，成为业界学习的榜样。例如，新卡罗拉等中级车型通过拉伸轴距、增加舒适性配置等一系列的变化来取悦消费者。即使是一贯崇尚操控的大众中级车系，近年也通过补足舒适性、空间上的短板来赢得更多的市场份额。

从众多中级车产品变化上不难看出，不少产品都试图通过均衡的产品力来取悦消费者，而这正是轩逸多年的成功之道。从上市即热销，销量破50万，到月销过3万，跻身车市TOP3行列，再到突破百万辆，东风日产轩逸用无可争议的事实证明了自己。

空间上，新轩逸680mm后排膝部空间、1760mm的车身宽度和2700mm的轴距，带来舒适的乘坐享受。安全方面，新轩逸采用980Mpa核潜艇级钢车身结构、ABS+EBD+BA等多项安全配置。在动力系统方面，新轩逸采用全新一代发动机技术和CVT无级变速器的动力组合，1.6L车型综合工况油耗仅为6.2升。

在研发初期，东风日产发现消费者的家庭构成决定了其对“舒适”的迫切需求。每一次升级换代轩逸都真正满足了“款待自己、款待家人”的情感诉求，从产品和价值两个方面定义了中级家轿法则。

### 江淮瑞风S3售价6.58万元起

本报讯 8月29日，江淮携瑞风S3亮相2014成都车展，此前，瑞风S3已于8月27日网络首发。新车定位小型SUV，共推出5款车型，售价区间为6.58万元至8.48万元。瑞风S3采用大嘴式进气格栅设计，轴距为2560mm。配置方面，该车全系标配ABS+EBD、前排气囊、发动机电子防盗、外部音源接口等。高配车型配备皮质运动座椅、7英寸中控彩色大屏、GPS导航系统、车载蓝牙免提系统、6扬声器音响等。动力方面，江淮瑞风S3搭载一台1.5L发动机，最大功率78千瓦，峰值扭矩146牛米，匹配5速、6速手动或CVT变速箱。

### 奔驰GLK200售价37.8万元

本报讯 8月29日，北京奔驰正式发布了2.0T低功率版的GLK200车型，新车只提供一款车型，售价为37.8万元。北京奔驰GLK200在外观上与GLK260几乎完全一致，只是车顶行李架的材质有所不同，除此之外就是车尾的GLK200标识不同。动力方面，GLK200搭载一款2.0T低功率版的涡轮增压发动机，最大功率为135千瓦，峰值扭矩300牛米，匹配7速自动变速箱。

### 首届公益微电影创作大赛启动

本报讯 9月9日，“安全行·中国”首届公益微电影创作大赛在京启动。大赛主题为“关爱生命 文明出行”，以微电影为载体，以宣传交通安全为目的，以普及交通法规和安全知识为主要内容，激发全社会对交通安全的关注和支持，共同营造良好的交通环境。大赛共设剧本创意奖项、微电影综合奖项和微电影专业奖项三大类五十个奖项。大赛由中国道路交通安全协会、中国电影家协会、北京电影学院、欧美同学基金会共同主办。



想看独家报道、麻辣点评和深度文章吗？请拿出手机，扫一扫二维码。“汽车圈”微信订阅号，由《中国青年报》出品。



## 智慧男神蒋昌建《开讲啦》：在悲情中认识自己

本报记者 黄少华

想必上个世纪80年代及之前出生的人，对于1993年那场轰动全国的国际大专辩论会都有着深刻的印象，而其中，拿到决赛冠军的复旦大学辩论队艳压群芳，四辩蒋昌建更是凭借出色的总结陈词，获得当年的“最佳辩手”。

当时，蒋昌建在全国有着极高的知名度，各个电视台也都向他伸出了“橄榄枝”，然而，他却选择回归平淡，留在高校教书。去年开始，蒋昌建以《最强大脑》主持人的身份，再次走上荧屏。这20多年里，他经历了什么？有什么样的感悟？

近日，蒋昌建走上中央电视台的《开讲啦》，讲述了自己这20多年来的心路历程，以及如何从“最佳辩手”转型到备受学生爱戴的“智慧男神”。其中，还有不为人知的与焦虑症作斗争的经历，并告诉青年学生们：“真正能够让自己战胜焦虑的，不是药物而是自己。”

作为中国首档青年电视公开课，《开讲啦》节目邀请“中国青年心中的榜样”作为演讲嘉宾，分享他们对于生活和生命的感悟，讨论青年的人生问题，同时也在讨论青春中国的社会问题。而作为该节目的赞助商，东风雪铁龙C4L也崇尚“启动·向前的力量”的品牌理念，其目标消费群体正是当今社会的中坚力量。C4L动感向前、充满力量，社会中坚人群则积极向上、勇往直前。这样的目标消费群体，与《开讲啦》的受众相当吻合。

### 我想成为“家”，不想成为“匠”

尽管在1993年的狮城辩论赛上一炮而红，但事实上，蒋昌建的求学之路并不如大家想象的那般一帆风顺。

“马上要开学了，其实面对开学，我还是有蛮深的情结的。这个情结是我进校园的门并不是那么容易，我们那个时候高二就参加高考，大家都知道我名落孙山，也就是说，我要复读。”蒋昌建在《开讲啦》讲述了那段难忘的历程，复读的时候，因为没有回答上来老师的问题，老师对他：“我看你是没有希望了。”

这个打击，让蒋昌建开始奋发图强，最终考上了安徽师范大学这个第一志愿。当时蒋昌建热爱画画，一门心思转到艺术系，然而，当时系主任对他讲，根据我对你的绘画作品的了解，你经过刻苦的努力，你是能成功的，但是你最多是一个“匠”——画匠。根据我对你政治学的成

绩的了解，如果你继续努力奋斗的话，你有可能成为“家”。

“系主任的话，一下子激发了我那个驿动的心。我想成为‘家’，不想成为‘匠’，从此以后就开始认真地去学我的专业课。”蒋昌建认为，功夫不负有心人。只要你付出了，就会有收获，这对于年轻人来说是一条颠扑不灭的真理。只有在波谷看清自己的现状，渴望见到波峰的场景，才能找到那股支持自己向上爬的最强劲动力。

### 不要把自己看得太重

在1993年的辩论赛中一鸣惊人后，蒋昌建急流勇退留教复旦，开始了白开水似的教书生活。然而，突如其来的疾病，让他突然感觉到没有办法进行思考，也没有办法控制自己的身体，后来，医生给出的诊断是：患有严重的焦虑症。甚至严重到不能出门、没办法和家人一起吃晚饭。

之后很长的一段时间里，蒋昌建持续和药物搏斗。直到有一天，他停止服药，试图靠着自己的能力独自去银行处理事情，结果他成功了。蒋昌建说：“直到那时我才发现，我靠自己的能力是能克服焦虑的。其实科学和药物会给你很大的忙，在靠你自己能力没有办法战胜心理问题的时候，有一点不要忘了，真正能够战胜心理的，最终还是靠自己。”

蒋昌建说，在与疾病斗争的过程中，他学会了更好地认识和接纳自己，不要为自己所做的一些小的瑕疵，用各种各样的努力企图去掩盖它，太累，这不是生活的本意。“我借用高尔基的那句表达，我还是认为排遣尴尬和困窘最好的办法，就是把自己设定在悲情的境地，如果你能做到的话，不妨试一试。”

然而，在回答是更喜欢像火锅一样的主持人身份还是白开水一般的教师身份时，蒋昌建回答，他更喜欢白开水一样的教师身份，这个身份让他更自然，更舒展。“我对自己比较了解，喜欢自由自在的，如果你个性上做不到这一点，就不要给人添麻烦，也不要为难自己。”

节目中，蒋昌建用自己的人生经历向青年传达了价值观，将自己置身于悲情才能找到前进的动力。现实中，C4L也一直强调一种向前的力量，对于C4L的青年车主来说，无论你身处悲情还是进入佳境，无论你置身绝境还是迎来巅峰，都不要忘记寻找推动自己的那份向前的力量。在任何环境，这份力量是支持C4L车主一路前行的最强动力。

本报记者 黄少华

“最近来店咨询新奥德赛的人特别多。”记者在北京西四环的广本4S店看到，全新奥德赛展车已到店，销售代表告诉记者，现在预订的话，最快1个半月可提车。在市场多数车型严重滞销的时候，奥德赛的热销让广本的经销商们喜上心头。

一个月，全新奥德赛在北京上市，价格区间为22.98万~28.68万元，享受“三年或十万公里”整车保修政策。广汽本田执行副总经理郁俊介绍，随着消费需求的升级，MPV市场进入了3.0时代。在这个阶段，中产阶层不断壮大，他们身兼多重角色，既注重事业打拼，也注重享受家庭生活，单纯追求实用价值或商务功能的MPV已难以满足他们的需求。此外，“单独二胎政策”的实施，让家庭对大空间MPV的需求日益增多。

市场销量也印证了郁俊的判断。在上市后短短一个月里，新奥德赛的订单数

本报记者 马连华

上周的小组车展上，北京现代展出了量产版小型SUV车型ix25，并计划10月推向市场。这款小型SUV将帮助北实现现在SUV高、中、低级别市场的全覆盖，与福特翼搏、别克昂科拉、铃木锋驭和雪佛兰创酷等车型展开角逐。据悉，ix25的预售价格将从14万元起步。

近几年，北京现代发展得顺风顺水，今年上半年，北京现代实现总销量55.3万辆，同比增长8.2%，居行业第四位，顺利完成上半年任务，为全年销售110万辆的目标达成奠定了基础。刚刚公布的2014年JD power榜单也显示，北京现代以772分的总成绩获得SSI销售满意度排名第一，实现了品牌与销量的同步发展。

北京现代的发展速度引发业内瞩目，符合市场需求的产品是其快速发展的关键。北京现代刘智丰说：“产品不断升级换代是品牌提升的重要途径，北京现代的目标是，每年推出一款重量级车型，而且必须成功。”

综观北京现代旗下产品，“新途胜+ix35+全新胜达”组合、“2014款第八代索纳塔+名图”组合、“朗动+悦动”组合、“瑞奕+绅纳”组合都获得了极大成功，在各自细分市场名列前茅。此次ix25尚未上市，但契合市场需求的设计和配置

## 从凌渡的偏执看“神车党”是如何炼成的

汽车时评

黄少华

本田系销量的大幅下滑开始了近期业界关注的焦点。虽然从去年开始连续推出多款全新车型，然而市场似乎并不买账，刚刚公布的数据显示，8月本田在华销量下滑5.5%，除了第九代雅阁一直不温不火外，曾经热销的凌渡和CR-V也出现大幅下滑。

这并不是本田独有的现象。专注于技术的马自达，虽然推出了产品力很强的阿特兹和昂科塞拉，但在市场上却没有受到消费者相应的热捧。此外，第一家公开调低年度销量目标的一汽丰田。虽然同时推出了卡罗拉和雷凌，但整个丰田系今年依然没有找到快速增长的驱动力。

相反，已经“高处不胜寒”的大众汽车，却依然势如破竹。南北大众势均力敌，成为车市冠军的有力竞争者。近日，上海大众宣布，由于明年有4款新

已经突破6000辆。这创造了中高端MPV新车型上市首月订单的新纪录，也与整个本田系目前低迷的销售态势形成鲜明对比。

作为国内最早推出的MPV车型之一，奥德赛与上海通用的GL8一直位列国内MPV市场的前两名。一直以来，GL8以商务为主，奥德赛更偏向于家庭。老款奥德赛由于第三排空间太小、上下车不方便等原因，销量被GL8远远甩在身后。

全新奥德赛实现了脱胎换骨式的革新，最大变化是从轿车型向商务MPV转变，功能更注重多用途性，能够兼顾商用与家用。全新设计的奥德赛在长度基本保持不变的情况下，轴距增加70mm，达到了2900mm，提升了车辆的纵向空间，并在车高增加的基础上通过扁平化油箱设计，达到降低重心、拓展车内垂直空间的目的。

此外，全新奥德赛配备了同级别最大开口的电动滑门，第二排座椅采用了世界首创的高级航空座椅。在第三排座椅方

## 出一款火一款 ix25会续延成功吗？

已经被业内看好，不少业内人士认为，ix25的综合竞争力甚至优于目前大卖的ix35。

深刻洞悉市场需求让北京现代“出一款火一款”。此前，在索纳塔与朗动、悦动之间，北京现代成功开辟了名图的细分市场。在ix35和新胜达之外，北京现代还为途胜找到了市场生存空间。此次ix25所处的小型SUV市场还处于起步阶段，福特翼搏的火爆已经展示出这一细分市场的巨大潜力，这为ix25的成功提供了机会。

精准把握国内消费者的口味是北京现代成功的另一个法宝，漂亮的外观、丰富的配置、较长的保修服务、宽大的空间、良好的乘坐舒适性、实惠的价格是国内消费者最为看重的，北京现代的畅销车无一不具备这些特质。ix25更是将这一策略演绎得淋漓尽致。不管是ix25此前找都敏俊代言，还是“青春靓丽”的外观设计，都传递给消费者良好的第一印象。

ix25虽然是小型SUV，但依然具备宽大空间和丰富配置。资料显示，ix25的车身尺寸为4270mm×1780mm×1630mm，轴距达到2590mm。搭配智能钥匙一键启动、驾驶席通风座椅、7英寸导航、BlueLink远程通讯系统等配置。未来搭载1.6L和2.0L两款发动机，前者最大输出功率为125马力，后者最大输出功率为160马力。

ix25的配置理念更是突破了惯例。它

将提供两驱版和四驱版，其中，两驱版搭载扭力梁后悬架，四驱版将搭配多连杆后悬架。此前，国内合资小型SUV均采用非承载式扭力梁式悬挂，但ix25打破了这一传统，率先将乘坐更舒适、科技含量更高的多连杆式后悬挂引入这一级别市场。更值得一提的是，ix25提供了10种车身颜色供选择，可谓全面覆盖消费者需求。

2014年，北京现代进入“从现代到未来”全新品牌运营阶段，确立了稳健的、内涵式增长的核心策略。刘智丰认为，品质是提升品牌的基础和前提，没有品质就不要谈品牌。追求“踏实稳健”风格的发展策略，成为北京现代一路走高的根本保障。



力总成”等大旗，并将自己成功塑造为安全的典范和先进技术的引领者，由此吸引了一批“脑残粉”，奠定了自己的江湖地位。

其次，积极导入很多车型，占领各个细分市场。比如在A级车市场，大众已经布局了捷达、桑塔纳、朗逸、宝来、速腾和高尔夫6款车型，加上即将上市的凌渡，一共有7款车型，而且朗逸家族又细分为朗逸、朗动和朗行等车型，如此密集的产品线，是哪个品牌都比不了的。

第三，积极研究中国市场和消费心理，推出针对中国市场的车型。比如针对中国市场开发的朗逸家族，月销3万辆，将其他竞品远远甩在身后。此次全球首发的凌渡，也是根据中国消费者的喜好设计，或将挑战有着“最庞大车企”的CC，成为上海大众的又一冲量车型。

大众成为“神车党”有国内汽车消费不成熟的因素，但消费者的“那它”选择也给了其他品牌一些启示，那就是你是否真正在意这个市场，以及是否了解消费者的真正需求……