

自主品牌正在走出最艰难时刻

车轱辘话

武卫强

伴随10月份密集的新车上市潮,多款自主品牌让人眼前一亮,展示了久违的市场竞争潜力。在此之前,自主乘用车市场份额连续12个月下降后,终于在9月份止跌回升。

单从销售数据看,得出自主品牌就此告别困境的结论有些牵强,但多款自主新车所展示的研发实力和品质水平,让人们看到了自主品牌重新获得市场主动权的机会。

售价16.38万至23.18万元的广汽传祺GS5速博,制定了堪比合资车型的售价,卖点是最新的1.8T涡轮增压发动机和7速双离合变速器。大众汽车正是凭借这一技术确立了领先优势,收获了让同行羡慕的销售业绩。速博的7速双离合变速器由广汽和菲亚特共同研发、生产,规避了大众DSG通风格散不佳的技术缺陷,未来将列装传祺所有车型。

动力性能的升级换代之外,速博展示的品质工艺证明了传祺的成长。广汽乘用车总经理吴松介绍,在全面导入丰田和本田的生产模式后,传祺打造了属于自己的“广汽生产方式”,从而全面提升了品质管控能力,这才有了向合资车型叫板的底气。

同样在动力技术上实现全面升级换代的还有上汽,即将于11月1日上市的第四代MG GT是搭载上汽“CUBE+TECH”全新一代动力总成首款车型,最大配置亮点是1.4TGI涡轮增压发动机和TST 7速双离合变速器。这一技术由上汽和通用联合开发,未来上海通用最新的动力技术也将同步配置在荣威和MG车上。

在此基础上, MG GT将首次搭载上汽InkaNet4.0智能网络行车系统,通过3D全息自由导航与地图网络的配合,可实现分钟级路径即时优化、精准行车时间预约、交通事故及故障预告等,帮助用户节约堵车时间,并提供更加先进的车载物联网服务。

2014年,发展最好的自主品牌无疑是长安汽车。通过“五国九地”的研发布局,长安最先在造型设计、动力技术上实现突破。即将上市的悦翔V7展示了长安最新的研发成果,在造型和品质上又前进了一大步。如果隐去车标,断然猜不出这是一款自主品牌。V7最大的亮点是均衡,尤其是内饰设计和用料进步明显,代表了7万元价格区间最高的竞争水平。

在SUV热销的市场环境下,多款自主SUV正发起新一轮市场攻势。风神AX7、吉利豪情X9、比亚迪S7正先后上市。需要特别指出的是,从AX7开始,风神将在未来3年投放5款全新车型,起步较晚的东风自主乘用车项目,终于迎来产品收获期。

除此之外,奇瑞和吉利在经历艰难的战略转型后,正在重新获得市场认可。凭借瑞虎5和瑞虎3的热销,奇瑞的终端表现终于触底反弹。新帝豪EC7终于再次接近月销两万辆的历史纪录,这其中配置1.5T涡轮增压发动机的车型最受关注。在此之后,吉利与沃尔沃共同研发的一系列技术和产品将陆续上市。

除了一汽红旗和奔腾原地踏步之外,多数自主品牌正在走出最艰难时刻,更有长安、长城、传祺等继续高歌猛进。2014年,大众速腾和福特翼虎的断轴事件持续发酵,合资品牌的技术神话正在被打破。新一轮此消彼长的大幕已经拉开,好戏才刚刚开始。

S60L插电混动亮相 沃尔沃新能源战略提速

本报记者 马连华

在各种利好政策的推动下,今年插电式混合动力车迎来了突飞猛进的增长,其中,比亚迪秦几乎占据了该细分市场八成的销量。但明年,一款重量级插电混动车型将杀入这一市场,与秦一决雌雄,它就是沃尔沃S60L插电式混合动力车。

10月17日,沃尔沃S60L插电式混合动力车在2014节能与新能源汽车展亮相。沃尔沃汽车宣布,该车将于2015年上半年在成都工厂量产并投放市场。届时,这将是首款国产豪华插电式混合动力车,有望开辟豪华车新的细分市场。

资料显示,沃尔沃S60L插电式混合动力车脱胎于国产S60L,同时沿用沃尔沃V60柴油版插电式混合动力车的电气化技术,配以Drive-E“E驱智能科技”2.0升四缸汽油涡轮增压发动机,可在特定情况下启用全轮驱动模式,在节能环保的同时兼顾驾驶乐趣。可提供纯电动、混动和高性能三种驾驶模式,同时具备与传统车型相同的高安全标准。

纯电动模式下,该车单次续航里程超过50公里,可满足75%中国消费者的通勤需求,尾气排放为零。混合动力模式下,一箱汽油加一次充电,最大续航里程高达1000公里,完全打消了消费者对电力缺失和续航里程的焦虑心理,同时,百公里油耗2.1升,碳排放量每公里50克,节能又环保。高性能模式下,汽油发动机和电动机同时开启,双擎动力,汽车最大功率可达245+70马力,最大扭矩达350+200牛·米,百公里加速仅6秒,最高时速为每小时230公里。

沃尔沃汽车中国销售公司总裁付强表示:S60L插电式混合动力车传承了沃尔沃在安全性、可靠性方面的优势,化解了消费者对新能源汽车与传统动力汽车在安全和可靠方面的担忧。在纯电动车市场和基础设施建设尚未成熟的情况下,该车必将成为目前中国用户环保出行的最佳选择。

该车的发布是沃尔沃新能源战略的重要一步。沃尔沃汽车全球高级副总裁、中国区CEO拉尔森·邓介绍,新能源战略是沃尔沃全球复兴的重要内容。沃尔沃汽车在中国实施“三步走”战略,即从高效发动机到插电式混合动力,最后迈向纯电动车,实现2020年“零伤亡、零排放”。

今年2月,沃尔沃在中国推出了高效环保的动力创新科技Drive-E“E驱智能科技”动力总成,其油耗最高可降低35%,在相同动力水平下二氧化碳碳排放量业界最低,汽油发动机Drive-E T6最大功率达到306马力,最大扭矩为400牛·米,超越传统6缸增压发动机。

在纯电动汽车方面,沃尔沃汽车与上海国际汽车城合作的C30纯电动汽车示范运营项目已经结束,沃尔沃汽车通过收集用户数据以了解中国路况和中国消费者特有驾驶习惯,为生产符合中国消费者驾驶体验的新能源汽车提供参考依据。

沃尔沃在国内市场的高速增长为新能源战略提供了基础。今年9月,沃尔沃在华东月销量达7342辆,同比增长28.4%,在华南9个月累计销量为58910辆,同比增幅35.8%。值得一提的是,搭载Drive-E“E驱智能科技”动力总成及Sensus智能车载互联系统的沃尔沃60系依然是销售的中坚力量:沃尔沃XC60、沃尔沃S60L和沃尔沃V60累计销售5934辆。这为S60L插电混动车的畅销埋下了伏笔。

歌剧图跨界之旅 成为体验营销的一张名片

本报记者 马连华

10月15日,在中国最北点——漠河北极村,历时21天、总行程近3300公里的“CROSS CHINA”歌剧图第三跨界之旅活动收官。本次活动于9月启动,开辟了西南秘境之旅、中原访古之旅、北纬穿越之旅三条路线,让车主们在领略大自然美景的同时,体验极端情况下歌剧图图的优异表现。

新歌剧图搭载Real-Time AWD四驱系统、VSA车辆稳定系统,具备精准的操控性能和较高的通过性;采用“Earth Dreams Technology——地球梦科技”的V6 VCM 3.0L发动机,提供智能的动力管理,带来优异的动力表现,LWC盲区显示系统、CTM后视动态提醒系统等配合豪华7英寸彩色触摸屏,实时显示右侧车道盲点区域,带来更为安心的驾乘体验。

最严苛的考验当属跨界之旅的北纬穿越线,从呼伦贝尔大草原出发向北,直达中国的最北方漠河,一路上既有高低不平的坑洼林区,冰天雪地的复杂路况,又面临最北极地带严寒恶劣的天气。在严苛的考验下,新歌剧图强大的四驱功能和SUV的高通过性体现得淋漓尽致。

广汽本田从2012年起打造歌剧图跨界体验之旅活动,从2012年跨越川藏线,到2013年重走丝绸之路,每一届歌剧图跨界之旅都引起了广泛关注。据了解,自9月份第三届歌剧图跨界之旅启动以来,共吸引了全国14578名车主踊跃报名参加。歌剧图跨界之旅已经成为广汽本田体验营销的一张名片,在强化产品口碑的同时,彰显了中国跨界品牌魅力。

启动“微笑战略” 广汽丰田的温柔一刀

本报记者 武卫强

“单看数字,我们的速度不算快,规模也不算大,但我们认为,品质先于速度,做强重于做大。”广汽丰田执行副总经理李晖的这句话可谓广汽10周年最好的总结。

在规模制胜的国内汽车市场上,广汽因为诸多原因错失了快速壮大的机会,但没有人怀疑广汽是一家充满活力、极具市场竞争力的车企。即便是在日系车整体销售乏力,利润大幅下滑的今天,广汽依然实现了远远高于行业的销量增幅,并保持了稳健的盈利能力。广汽集团董事长张房有坦言:“广汽的经营质量是广汽集团各板块的标杆。”

过去10年,广汽累计销量达到200万辆,累计实现产值3530亿元,累计纳税达到741亿元,成为区域经济增长的“加速器”,让10年前满地芭蕉林的南沙焕然一新,成为广州工业现代化的示范区域。

仅有5款量产车型的广汽丰田有望在今年突破年销量40万辆的大关,毋庸置疑在经营质量上已经成为整个日系车企的领头羊。李晖认为,支撑广汽稳健发展的核心是“TOYOTA WAY加本地化”,由此衍生的“顾客第一”、“持续改善”、“造车育人”等核心理念,成为广汽丰田蓬勃发展的根基。

以“持续改善”为例,很多车企也在推进持续改善,但像广汽这样持之以恒,成体系推进的几乎没有。迄今为

止,广汽员工创意改善提案高达58万件。这种改善,每天都在真实地发生着。李晖说:“现在是人人都在讲创新的时代,但广汽丰田不为创新而创新,我们认为,只要每个人都坚持从一点一滴的工作改进持续做起,小改善必能带来大创新。”

10月18日,广汽丰田在成立10周年之际,以“一切为了您的微笑”为主题,举行中期规划发布会,全情启动“微笑战略”。站在一个新10年的起点上,广汽没有像其他车企那样展示太多的豪情壮志,而是再次将企业聚焦于赢得消费者的微笑。

李晖介绍,这个“微笑战略”将围绕“更好的汽车”和“更好的用户体验”两大核心展开。他说:“我们将加强经营管理的现地化能力,提升对市场的快速响应能力;我们将进军尚未涉足的产品细分市场;我们将不断锤炼顾客服务的创新体系。我们所做的一切,正是为了超越顾客期待,赢得顾客的微笑。”

这个中期规划包括,从现在到2020年,广汽将形成由10款以上产品组成、覆盖所有主流细分市场的强大产品阵容,渠道网点在现有基础上实现翻倍,年产量朝着“百万辆俱乐部”挺进。此外,广汽丰田将全面实施TNGA(丰田新全球架构)产品战略,从2015年开始所有导入新车都会搭建TNGA全新平台。

2014年,广汽丰田将研发中心升级为研发本部,并继续扩充本土研发人才,预

计到2017年,本土研发人才将实现翻倍。另外,广汽丰田还将加快推进自主品牌车型研发,自主品牌“领志”首款EV车型也将于2015年面世。

作为中期规划的一项重要举措,广汽丰田将在“尊贵·贴心”的渠道理念基础上,进行战略升级与价值再造,全力推进“ONLY ONE”渠道品牌,让顾客感受到“我是唯一”,获取更多年轻顾客的青睐,让广汽丰田成为顾客的首选。在升级渠道服务水平的同时,广汽丰田也将加大渠道拓展力度,力争于2020年销售店数量实现翻倍。

“如果将广汽丰田比作一棵大树,那么树根就是TOYOTA WAY和本土化,树干是稳固的经营基石,枝叶则是顾客、销售店、员工、供应商和社会各界,大家的微笑就是果实。我们希望通过辛勤耕耘,最终收获大家微笑的果实。”广汽丰田总经理小林一弘说。



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。



奇瑞捷豹路虎:树立全新标准的机会到了

本报记者 王超

从文学巨匠莎士比亚开始,一个个英国的历史名人在巨幕上不断地闪现,英国文化和工业历史以3D影像的方式逐一呈现,最后展现出的,是英国和中国的各个代表性建筑和奇瑞捷豹路虎的崭新工厂。现场的观众就像在看一场3D电影,跟随捷豹路虎跨越历史的年轮,感受着中英文化的交汇。

奇瑞捷豹路虎常熟工厂的开业仪式,就是这样震撼心灵的形式开始的。没有工业制造的冷酷景象,更多的是艺术、设计、文化与情感。值得一提的是,从英国总部赶来的捷豹路虎高管和工作人员,都颇具“中国风”。捷豹路虎全球首席执行官施韦德博士发言开头的那一段流利中文已经不足为奇,更应景的还有,来自英国总部的两位高管和工作人员都穿上了唐装和旗袍,热情洋溢。

这也让这家合资企业一出场就获得了人们的好感。它不再是一个单纯的中英合资项目,“本土化”一开始就是核心关键词,不但体现在这个位于常熟的先进工厂里,更体现在每一个员工身上。

当首款国产SUV路虎揽胜极光驶上舞台时,现场沸腾了。这款开启捷豹路虎中国本土化事业的产品,承载着足够多的期盼。奇瑞捷豹路虎汽车有限公司总裁百润表示,国产揽胜极光将于2015年年初上市,下一款国产车型也将为路虎车型。至2016年,常熟工厂共将生产3款捷豹和路虎车型,年产能达13万辆。

奇瑞捷豹路虎汽车有限公司常务副总裁朱国华介绍,常熟工厂除了冲压、焊装、涂装、总装四大车间外,还配备了质量中心以及发动机工厂,并拥有独特设计的点到点物流体系,以及独立的研发中心。值得一提的是,研发中心拥有近300名从业经验丰富的产品开发工程师。该中心将负责产品规划、项目管理、流程及系

统、工程应用开发、车辆试制、试验和认证等整车全业务研发,以及改善排放、发动机性能和新能源开发。未来的合资自主品牌也将在这里诞生。

今年,捷豹路虎在华进口车销量有望超过12万辆,目前位于奔驰之后,居豪华车品牌第四位。随着国产车型接连上市,这个尚未进入“销量第一梯队”的豪华品牌也将与德系三大豪车一拼高下。

百润说,相比销量排名,他更关注产品质量和客户满意度,引入先进的产品技术,确保“中国造”与“英国产”具备同样的品质,充分满足中国消费者的需求,才能进一步促进品牌的成长。

在未来5年,捷豹路虎会推出50款全新及换代产品,仅明年计划用于产品开发的投入就超过35亿英镑;随着新产品的迅速推出,国产化的选择也会更多。在先进技术和制造体系的引进上,百润表示,常熟工厂将具备世界领先的全铝车身制造工艺和能力,成为国内汽车制造商在该领域的引领者。另外,包括全新Ingenium发动机在内的发动机国产化也提上了日程。

在后合资时代,人们对奇瑞捷豹路虎的期望会高于以往的合资企业,诸如产品与技术引进速度、自主研发能力、发动机及关键零部件制造水平等,都会有较高的要求。

朱国华告诉记者,奇瑞捷豹路虎的合资自主品牌不光有新能源车型,还有普通燃油车型。在豪华车企里,目前唯一一个合资自主品牌就是华晨宝马“之诺”,但其只是一个新能源品牌。相比之下,奇瑞捷豹路虎对合资自主品牌有更多的规划,也给了人们更多的想象空间。如果真的能诞生一个由中国人参与的高端品牌,就有可能颠覆现有的市场和产业规则。

从起步阶段,奇瑞捷豹路虎就比其他合资车企肩负得更多,但这不应该成为它的包袱,而应成为它树立全新标准的机会。

时尚与实用的交融 C3-XR巴黎ARTECH之旅

近日,以“ARTECH探索之旅”现代建筑核心理念High-Tech为灵感源泉——雪铁龙ARTECH设计理念全新打造的C3-XR,在巴黎雪铁龙C42展厅完成了全球首秀。C3-XR定位于“城市SUV新风范”,力图从动力、操控、造型等全方位将其打造成城市SUV的“开路先锋”,为中国城市SUV市场注入强劲活力。接下来,让我们共同见证C3-XR的ARTECH发现之旅。

以设计成就科技之美 ARTECH发现之旅

C3-XR采用雪铁龙最新的ARTECH设计理念,摒弃繁复过度的设计,坚持让技术回归生活、回归本质,“以设计成就科技之美”。作为雪铁龙ARTECH设计美学的灵感源泉——High-tech设计理念,按照新技术本身的特性去创造,将艺术感、实用性、科技巧妙融合,以设计之美表达对科技的追求,这正与C3-XR对于美和功能极致追求的ARTECH设计理念不谋而合。

为了让我们身临其境体验ARTECH设计理念的灵感之魂,雪铁龙特意安排了一次“ARTECH探索之旅”——现代建筑核心理念High-Tech的集大成建筑:蓬皮杜国家艺术和文化中心、时装与设计之城、法国巴黎地标性建筑埃菲尔铁塔。在这些地方,我们一起发现C3-XR的别样精彩。

一路走来,我们不难发现,C3-XR流畅的车身外观,比例协调的轴长车身设计,在美学感受之外,设计师兼顾着设计的实用性。如2655mm超长轴距,独特的晶钻星辉前大灯与晶翼LED日行灯,镶入



纯正法系血统 延续着雪铁龙的品牌创新DNA

式的弧光掠影行李架和流光旋动轮毂,与前挡风玻璃浑然一体的沐光全景天幕顶窗,实用周到的同时又给人带来视觉享受,C3-XR每一处设计,都是将艺术感与实用性相融合,在彰显个性的同时,为消费者提供价值最大化。

整车通过连续的曲线勾勒出犀利身型,简约而富有动感,充满张力地传递出SUV独有的探索和创新精神,这正是C3-XR要寻找的勇于尝试、追求自我精彩的新生活发现者,来挑战全新领域与C3-XR共创与众不同的SUV生活。

城市SUV新风范 全新价值体验

C3-XR可谓紧凑型SUV市场中的典范之作。动力方面:1.6THP(涡轮增压直喷发动机)+STT(智能启停系统)这套黄金组合,全面颠覆了我们对SUV车型在动力与油耗方面的印象。在操控方面:C3-XR“不仅聪明还舒适”,重新定义了我们对智能驾驶的概念;Grip Control(智能多路况适应系统)和ADML(无钥匙进入系统+一键启动),不仅从便捷性,又极具科技体验;Citroen Connect车载互联系统更是可以提供适时化、个性化、人性化的通讯应用服务;当然还有雪铁龙独有的DCS动态舒适底盘系统,将驾驶的操控性和舒适性完美的合二为一。

昂科威靠什么破局中型SUV市场

本报记者 马连华

在推出昂科雷和昂科拉后,10月20日,上海通用又在中级SUV市场推出了昂科威28T车型。新车共推出四款产品,售价区间为26.99万~34.99万元。目前,中型SUV市场竞争并不充分,主要车型包括汉兰达、奇骏、歌剧图、途观、翼虎等,但销量却非常火爆,途观月销量超过两万辆,奇骏的月销量超过1万辆,翼虎的月销量也在1万辆左右。

为了凸显竞争优势,昂科威采用了比竞品“多10%”的竞争策略,即在价格设定、动力总成、科技配置、安全配置等方面比竞品多10%。例如,在动力总成上,昂科威提供了一款2.0T SIDI直喷涡轮增压发动机,最大功率191千瓦,最大扭矩353牛·米,升功率达到95.5千瓦,动力参数高于多数同级车型。它配备了6速DSS智能启停变速器和智能四驱系统,智能启停技术进一步降低了油耗。

安全方面,昂科威全系标配ABS+EBD+ESC+TCS系统和坡道辅助系统,并提供了ACC全速自适应巡航系统、车道保持系统、FCA前碰撞预警系统。丰富的舒适配置包括全景天窗、定速巡航、胎压

监测、电子驻车、倒车雷达、无钥匙进入及一键启动、自动泊车系统、前排座椅通风加热等。从车身尺寸看,昂科威的长宽高为4667mm×1839mm×1696mm,轴距为2750mm。上述配置水平和参数标准已经超越了途观等对手。

目前,上海通用别克品牌已经推出了紧凑型SUV昂科拉,以及大型SUV昂科雷。今年9月,昂科拉销售了6988辆,前9个月累计销售62652辆,月均销售7000辆。别克品牌还需要一辆中型SUV车型抢占SUV市场份额,昂科威填补了产品空白。据悉,昂科威还会推出更小排量的产品,全面覆盖紧凑型和中大型SUV市场。

上海通用雪佛兰品牌也推出了多款SUV产品,目前在售的包括创酷、科帕奇。今年9月,创酷销售了5754辆,自上市以来累计销售了27815辆。科帕奇9月份销售了2160辆,前9个月累计销售了26248辆。此外,上海通用凯迪拉克品牌也推出了凯雷德和SRX两款SUV,今后还将推出紧凑SUV。在SUV市场持续火爆的形势下,上海通用已经密麻麻布下了多款产品,虽然目前还没有月销量过万的产品,但凭借上海通用的营销能力,其在SUV市场的后续表现充满竞争力。