

魏永新: 大众全球重组意味在中国简政放权

“大众全球事件丝毫不会影响奥迪在中国的发展规划。奥迪公司的产品规划,特别是前瞻性的产品规划早已经尘埃落定,我们会按照规划的方向去执行在中国相关项目。”11月19日,广州车展,9月刚上任的奥迪中国总经理魏永新首次面对中国媒体时,非常明确地表示。

在排放门事件引发大众全球人事调整之后,2015年9月1日起,原奥迪公司产品线负责人魏永新(Joachim Wedler)接任冯德睿,担任奥迪公司的全资子公司——奥迪(中国)企业管理有限公司总经理。

冯德睿执掌奥迪中国9年之后,回归德国总部,继续担任德国奥迪公司负责中国业务的执行副总裁,并晋升为奥迪董事会成员。冯德睿在任9年期间,奥迪在中国飞速发展,销量从8.2万台增至2014年的57.9万台,2014年中国市场的销量已经占据奥迪全球总销量的三分之一。

然而,魏永新面临的不仅仅是中国豪华车市场增长的放缓,奥迪在中国豪华车市场的领头羊地位正在遭遇前所未有的挑战,奥迪产品本身也处于新老产品“青黄不接”的时期,当然还有目前不可预估的“大众排放门”事件对奥迪的不利影响。

中国“简政放权”

2015年应该是奥迪在中国历史上最为艰难的一年,豪华车市场的下滑,终端零售价格的下跌,新产品青黄不接,奥迪在中国豪华车市场的领先地位正在被竞争对手宝马、奔驰缩小距离。

2015年7月奔驰全球销量突破100万辆,今年前8个月,奔驰全球销量超过奥迪,重新回到全球第二大豪华车制造商的位置。伴随着种种不顺,奥迪今年1-9月份在中国市场的销量出现了0.3%的负增长。

魏永新并不回避奥迪目前在中国市场面临的困难。“对于中国豪华车市场的放缓,最重要的要看到中国市场会下降到什么样的速度?什么时候可以恢复增速?而如何应对新常态的中国车市,奥迪已经做好了准备。”

中国市场对于奥迪具有决定性作用,而“大众排放门事件”是否会影响奥迪在中国的发展步伐是最为关键的问题。

“大众集团所开展的新一轮重组意味着更多的简政放权,对于区域市场来说可以放开手脚开展相关经营,奥迪北京研发中心将承担更重要的角色,”魏永新一字一句地告诉《21世纪经济报道》记者,“围绕中国市场的需求,中国工程师团队将为中国车主带来更新颖的产品。”

即将上市的全新Q7可以指明奥迪未来的产品方向,在产品色系、座椅舒适性以及其他的一些技术领域,奥迪都会在定制化产品方面,为中国市场做更多的倾斜。

另外,在奥迪2016年推出的新车中,将会搭载在北京设计中心、德国奥迪和中国技术合作伙伴共同研发、为中国市场量身定制的应用互联系统,实现车主的手机与车辆的互动。在魏永新看来,这是奥迪在产品研发本地化的重要一步。

当然,奥迪在中国的问题不仅局限在产品研发本身。在曾经不可撼动的高档豪华C级车领域,对于宝马5系和奔驰E级的领

先,奥迪A6曾经是一个符号的象征。但2015年,在这一细分市场,A6已经不再是第一,官车的光环正在褪去,在豪华车市场追求个性化的时代,A6和奥迪面临的挑战不小。

“我们已经为A6找到了年轻化的客户群,并将针对这一客户群,采取有针对性的市场营销机制和品牌重建的机制。”一汽-大众奥迪销售事业部总经理任思明强调,如果以往的A6是比较沉稳的,今后的A6,包括明年国产的插电混动车型A6L e-tron则更加年轻活泼,奥迪在中国找到了更好的发展方向。

对奥迪来说,在经历了中国市场最为艰难的2015年之后,可能重返增长轨道的时机在于2016年。很快,全新换代的奥迪Q7将上市,明年初,A6L将迎来重要的中期改款,明年中,全新一代A4L也将上市。

用新能源扳回一局?

向中国市场快速导入新能源车型,将是魏永新的主要任务之一,奥迪希望在新能源战略上,在中国市场扳回一局。

履新中国区总经理之前,魏永新主抓奥迪产品规划和产品管理,主要工作是统筹各部门一共150余位经理,侧重于奥迪产品战略以及生命周期管理。

“在跨部门管理团队的研究基础上,我们得到了一个基本的结论,那就是要奥迪做新能源汽车的战略。”魏永新强调。

在今天的法兰克福车展上,奥迪推出了一款SUV纯电概念车,电池的续航里程为500公里。“这是一个灯塔式的一款概念

车,并且与我们的竞品相比有很大的优势,我们的竞品纯电的续航里程是100到150公里。”魏永新表示。

按照计划,随着A3 e-tron、Q7 e-tron以及明年在长春本地化生产的A6L e-tron,奥迪将不断投放新能源插电式混合动力车。

值得一提的是,即将上市的奥迪Q7同时将提供插电混动的版本——Q7 e-tron,而这款车是为中国市场定制的。“Q7有柴油版但专门为欧洲推出的,但柴油车不是中国主流车型,所以我们为中国配备了2.0T的发动机,再加上插电式混合动力的技术,可以说Q7 e-tron是为中国定制的一款车。”魏永新表示。

无疑,在电动车和插电式混动车型方面,宝马对中国市场的开发和示范运营是最早起步的,新能源汽车i3和i8在中国推出也是比较早的。与此同时,奥迪的竞争对手沃尔沃、奔驰也在加紧在中国国产插电混动车型,沃尔沃S60和奔驰C插电混动车型都在走中国本土生产的道路。

在刚刚过去的广州车展上,奔驰两款插电式混动车型奔驰S 500eL和北京奔驰C350eL正式上市。另外,作为油电混合动力技术的领先者,丰田旗下的豪华车品牌雷克萨斯也将加快新能源技术对中国市场的导入。无论如何,在新能源战略上,奥迪也需要加快脚步。

“奥迪在纯电动车方面有非常清晰的计划,奥迪也会与合作伙伴一起推广和建设充电桩。”魏永新最后表示。

(何芳)

时间机会缩短

在今年1-10月里,DS共计销售17,439辆,同比下降0.8%。留给DS品牌的时间只有两个月,按照当前的增长趋势,长安PSA冲击5万辆目标将再次失败。

即便如此,这没有影响DS品牌打开中国市场的决心。在本届广州车展,长安PSA继续向中国市场投放了新车型——全新前卫运动两厢车DS 4S。在此之前,PSA已经在欧洲的车展上发布了我们之前在欧洲的车展上已经发布了DS4和DS4的敞篷版,而DS4S则是专为中国市场设计,足以见得DS仍对中国市场保持高度重视。

DS品牌全球营销副总裁赫博对此表示,“去年我们上市了DS6,前半年我们推出了DS 5LS,在成都车展新DS 5上市再到今天DS 4S亮相足以看出中国市场的重要性,同时我们的产品计划也是非常强大的,而且可以看到有很多车型是针对中国消费者的喜好和需求进行设计的。”

从现场发布的产品来看,DS4S的空间是一大亮点,不仅是前舱的驾驶空间能够让驾驶员非常舒适,后排乘客腿部的空间也很宽敞,这在紧凑型车型中是一个非常突出的

DS 在华只能更“中国”

特点。

据悉DS 4S将共计搭载THP130、THP160和THP200三种发动机,其中包括在今年9月份推出的1.8T发动机,功率达到204马力,同时在DS 4S上还将配备1.2T排量的发动机,达到136马力。“动力强劲,同时也是小排量,百公里油耗只有5.6L,既兼顾了动力,又兼顾了经济环保。还有一个是最新一代的爱信6速手自一体变速箱,这个是第三代的。”赫博表示。

目前DS在中国市场的销量已经占到了DS全球销量的25%,赫博表示,“为了进一步提高DS品牌在华销量,明年我们将继续扩展网络建设,现在DS品牌在华已有96家DS STORE。”

如今的DS面临着两难的境地,一是DS在“品牌向上”与“低价走量”的矛盾中苦苦挣扎,二是随着豪华车市场的下沉,市场留给DS的发展空间也越发的狭小起来。

有业内人士对此分析,“从2015年市场的大趋势看,未来三年,留给英菲尼迪、讴歌、DS等第三梯队豪华品牌的时间将变得更为有限。2015年和2016年的销量,可



能直接决定了这几个品牌未来在中国市场的命运,有的品牌可能晋升第二梯队,有的品牌则将逐渐淡出中国市场。”

对于DS品牌而言,如何提升销量是摆在眼前的最大问题,而从时间上来看,留给DS的时间已经不多多了。

(曹曼希)

电商定制“第一口” 长安汽车尝出了啥味道?



10月1日,长安汽车与汽车之家合作生产的定制车型——逸动XT汽车之家定制版正式上线销售。这是今年4月汽车之家与长安汽车宣布全面战略合作以来,第一款上线

的定制车型。

第一次尝试电商定制,长安汽车究竟尝出了啥味道?最近,记者就此采访了长安汽车相关部门负责人。

据介绍,长安汽车推出电商定制车型的目的,是打造更加符合用户需求的产品。之所以选择逸动XT,是因为其年轻、运动的品牌调性受到众多年轻车友的追捧。用长安汽车方面的原话说就是“逸动XT定制车基于用户的改动需求,致力于打造外形酷炫、性能稳定、让用户尖叫的原厂‘改装车’。”

逸动XT定制版从立项到产品下线,历时近6个月。研发过程中的主要困难在于,既要实现用户的改装需求,又要达到长安几近苛刻的产品标准要求。调研分析综

合了多方面的信息和数据,其中长安汽车负责线下的常规调研分析,汽车之家负责论坛用户的需求分析和用户需求网络调研等。虽然需要对多方信息进行过滤、筛选,但大数据分析面广、速度快,能够更全面、准确地反映用户的需求的优势,还是让研发团队受益匪浅。

作为汽车之家定制版车型,目前这款车只在汽车之家商城独家销售。至于未来是否会进入其他销售渠道,长安汽车方面没有给出明确回答。同时,为了让用户尽可能及时提车,这款车目前有一定的生产储备,采用下单后直接发运的方式,用户只需要等待一个配送的时间。这位负责人告诉记者,这样做是为了在尝试初期照顾用户体验,电商定制模

式的最终目标是实现以销定产。

对于产品的赢利预期,这位负责人表示,未来购车的主流人群,尤其是通过电商平台购车的主流人群必然趋于年轻化、个性化,会给定制车型带来不错的前景。目前,长安汽车的电商定制合作主要是基于模式的探索,短期内不以盈利为目的。但长期来看,电商定制必然会成为利益点。

长安汽车相关部门负责人同时表示,汽车电商是未来的发展趋势,面对这一时代潮流,长安汽车会积极探索、勇于尝试。目前,长安汽车正尝试与各电商平台进行多样化合作,不会局限在某一领域,也非常希望各电商平台能有更好的合作模式,大家共同探索、前进。

(张忠岳)

借力硅谷前沿技术 中国车企欲弯道超车

11月27日,中国汽车工程学会与美国梦幻车创新技术研发中心在北京签署战略合作协议,中国汽车工程学会希望借此为中国车企引入前沿技术打开一扇门。

《每日经济新闻》记者了解到,签约后,美国梦幻车创新研发中心将向工程学会及国内车企提供美国汽车资讯,并将美国最新的汽车技术及时反馈过来,以期促进国内车企对前沿汽车新技术的运用。

中国汽车工程学会理事长付于武指出,在新能源上实现“弯道超车”不被多数人看好,但是新能源智能网联技术,实现弯道超车则有可能成为现实。

将与世界先进技术同步

按照协议内容,双方合作主要集中在三方面,美国梦幻车创新研发中心将把美国市场搜集到的信息反馈给中国汽车工程学会,中国汽车工程学会将同美国梦幻车创新研发中心一起,在国内开设每年一度的创新技术论坛,为国内车企介绍美国最新汽车技术。同时,双方合作研发的汽车新技术将转化运用到国内,进行“工程化”并最终实现“产业化”。

据了解,在“中国制造2025”所定的目标

中,“大力发展节能技术、新能源汽车技术及智能网联技术”在国家层面被列为国内汽车工业未来10年的发展方向。

“把握好这三大趋势,抓紧技术变革的机遇,将有可能改变过去我国汽车工业一直处于跟随状态的局面。”付于武向记者表示,国内汽车业“有望与世界先进技术同步发展”。

实际上,虽然国内汽车企业和互联网公司都已具备相当的自主研发能力,但特斯拉、谷歌、苹果汽车在美国硅谷异军突起,有望成为行业的新代表。因此,中国汽车工程学会也希望与美国梦幻车创新研发中心合作,从硅谷“取经”。

中外技术合作方式谋变

美国梦幻车创新技术研发中心的总部设在硅谷,主营业务集中在四个领域,分别是新能源汽车以及电池管理系统、以互联汽车为代表的新一代智能汽车、自动驾驶汽车系统及相关技术,以及3D打印为代表的新型汽车技术。

此前,中国汽车工程学会曾引入海外成熟的技术人才回国,这一策略曾为国内多家车企的研发团队扩充了技术力量,很多“海归”也成为国内汽车业的骨干。

皖企收购法国百年企业 或成宝马奥迪核心供应商

一直给宝马、奔驰、通用、大众等国际一线车企提供汽车零部件的安徽中鼎密封件股份有限公司,近日又以1欧元的价格收购了一家法国百年企业的100%股权。被收购的法国FEDERAL MOGUL SAS(简称“FM”)旗下的密封系统有限公司(简称“FM密封”),主要为车用发动机提供密封技术,主要客户是奥迪、宝马、标致、雪铁龙等。此项收购将进一步帮助中鼎公司进入高端品牌汽车的核心供应领域。

FM密封1882年在法国里昂创建,主要业务是为车用发动机、变速箱、蓄电池组提供密封技术和解决方案,其目前主要客户是奥迪、宝马、菲亚特、福特、雷诺、标致、雪铁龙等主机厂以及康明斯、戴姆勒、道依茨、斗山、依维柯、沃尔沃和斯堪尼亚等重型和商用车辆主机厂。截至今年6月底,该公司净资产为负176.2万欧元。“FM密封在发动机密封技术方面填补了中鼎的技术空白,这也是我们收购它的原因之一。中鼎公司有自己的管理经验和遍布全球的销售体系,可以与FM密封的技术形成优势互补。”中鼎公司相关负责人向记者表示。

鉴于目前处于亏损状态,FM密封补偿中鼎公司1185万欧元用于改造支出和弥补未来可能面临的经营亏损,确保未来几年无风险运营。中鼎公司方面表示,“将调整FM密封的经营与管理模式,压缩管理与生产成本,使FM密封尽快扭亏为盈。”

据了解,迄今为止,中鼎公司在欧美累计投资已超过4亿美元,2014年海外业务收入占全公司53.5%,是省内制造业领域国际化程度最高的企业。之前还曾经收购过韩国HST公司、KA公司等。

(何璧)

一汽海马 未来五年规划 新能源车将成重点

从2015年开始,海马汽车正式进入到产品2.0时代,产品全面实现升级换代。对于即将迈入的下一个五年,日前,海南一汽海马汽车销售有限公司副总经理符润东表示:“未来五年内海马汽车将围绕新车、动力以及渠道三大方面进行建设。”其中,在已逐渐成为发展趋势的新能源领域,他还表示:“我们希望在纯电动车的比例能够占到总销量的20%,这是我们整个‘十三五’规划。”

据符润东介绍:“接下来海马会在新能源汽车领域有新的突破,比如说48伏的微混技术、混合动力技术以及纯电动技术。目的是要打造整个的动力匹配,这个也就是我们在2009年提出的海马蓝色引擎计划。”

海马汽车作为承接国家“863纯电动计划”的主力场之一,从2009年就开始规划纯电动汽车项目,在这个过程中收获了不少积累和沉淀。另外对于整个产品规划,海马会陆续推出普利马EV纯电动车、第四代普利马纯电动车和纯电动的SUV(2017年),来满足不同消费者的需求。

在动力储备方面,海马已确定将在2016年使用1.2GTI发动机。目前所有车型都可以搭载1.2T的引擎,公司会根据产品的需求做出选择。汽车的动力匹配是一个大的平台,可以自由的组合和选择。值得一提的是,未来海马汽车旗下的产品要全部搭载T动力,从1.8T、1.5T、1.2T到1.0T都要搭载TSI。

符润东还强调了海马汽车的渠道建设,“我们首先把传统的渠道做好,并且再往下探。这样不仅是解决覆盖面问题,在了解消费者需求方面,你能给客户更方便更便捷的购车方案。足不出户就能让消费者实现试驾的体验,让我们的潜在用户可以在传统渠道更好的了解和体验这款产品。另外在电商渠道,我们要构建一个新的多元化的购车渠道,在门户网站、垂直网站,第三方以及官方平台上,把我们的产品给规划好。”

(李超)

“目前,仅靠挖人的方式,很难成功带来新技术。”美国梦幻车创新研发中心联合创始人、林雷向记者表示,“(国内企业)应该和技术团队合作。”

实际上,在研发中心之前,硅谷已经成为车企“扎堆”的地方。其中,国内车企上汽、长安、北汽以及跨国车企福特、通用、大众、丰田等都在硅谷设立了实验室或研发中心。不过,“仅仅是在硅谷建立研发中心,很难达到效果。”美国梦幻车创新研发中心联合创始人毛海表示,希望通过资源整合,走出另一条中外技术合作的新路。

(冒诗阳)