

策划词

两年一度的上海车展即将于 2011 年 4 月 19 日至 28 日在沪举办。本届车展的展出规模达到史无前例的 23 万平方米,比上届足足增长了 35%。来自全球 20 个国家和地区 2000 家中外汽车厂商济济一堂,创历届上海车展之最,也是今年全球规模、影响力最大的汽车展之一。

事件

新能源汽车“扎堆”沪上 车企借“展会”大做文章

王毅鹏

据悉,本次上海车展,保时捷、法拉利、玛莎拉蒂、阿斯顿马丁、兰博基尼、宾利、劳斯莱斯、世爵、劳伦士、捷豹、路虎等豪华车品牌也将在本届上海车展汇聚一堂,而新能源汽车则在油价上涨的大背景下格外抢眼。

新能源汽车 “规模化”亮相

据新闻晚报报道,面临着环境保护和能源消耗等日益严重的社会问题,大力发展零排放、无污染的新能源汽车已经成为业界的共识。即将开幕的上海车展上,福特汽车公司将携三款极具竞争力的全新电动车型亮相中国,并首次向中国消费者系统展示行业领先的新能源汽车技术,勾勒出福特汽车的未来电动车技术蓝图。

作为积极推进新能源汽车产业化的最新成果,上汽集团也将在企业形象展示区展出自主开发的荣威 550 插电式混合动力轿车、荣威 350



海马郑州全新一代 A00 级车, 这款内部代号为 M11 的新车将亮相 2011 上海车展。

纯电动轿车、E1 纯电动概念车、上海牌 Plug-in 燃料电池轿车、“叶子”概念车等五款新能源车以及一批新能源核心零部件。即将首次公开亮相的荣威 550 插电式混合动力轿车,节油率达 50%, 百公里综合油耗仅为 2.7L, 并满足国 5 排放标准, 将于 2012 年实现批量投产。

记者从上海大众斯柯达品牌相关人士获悉,斯柯达将以强大的阵容参加本届上海车展,其中在亚洲首次亮相的斯柯达全球首款 Octavia-Green E Line 概念车将是斯柯达品牌展台的最大亮点之一。

首发、概念车 接踵而至

记者获悉,上海通用汽车将以“创领绿动未来”为主题,展出别克、雪佛兰和凯迪拉克品牌的系列车型。全新雪佛兰 Malibu 迈锐宝中级轿车以及由泛亚汽车技术中心(PATAC)主导并联合通用汽车全球技术中心设计的别克 Envision SUV 概念车将同时在上海车展全球首发。

以微型商用车品牌“五菱”而闻名的上汽通用五菱,将携旗下全新乘用车品牌“宝骏”的首款车型宝骏 630 首次参加车展亮相。观众可以提前在车展期间先睹为快这款计划于今年夏季上市销售的新车型。

通用汽车中国(微博)公司总裁兼总经理甘文维说:“通过引进一系列全新产品、引人注目的设计以及具有前瞻性的最新技术,我们将向消费者展示通用汽车在其全球最大市场——中国的未来发展方向。”

上海汽车自主品牌名爵也将全球首秀 MG 微博 S 概念车,姿态更低的跑车式造型、极速流炫式车身线条加上独

特的冷金属效果车漆,让人第一眼就误以为它是从未来穿越而来的“飞行器”。更具诱惑力的是, MG5 很有可能成为 MG 品牌的下一款量产车型。

【相关链接】

低成本汽车或将成为上海车展新视点

此次车展上我们将会看到 7000 美元的宝骏,这意味着奇瑞、吉利的 5 万元产品将面临合资自主品牌的挑战。跨国车企近年来一直通过强强联合摊薄研发成本, 原本还只是同级别厂商的联合, 但过去一年我们看到奔驰与比亚迪合资研发电动车, 宝马与 PSA 合资研发混合动力, 但国内车企则单兵作战。可想而知, 原本研发费用就有限, 在无法合作分摊的情况下, 每家都要独立去研发电动车、研发混合动力技术, 这导致中国自主品牌要追赶跨国品牌将异常困难。

(朱伟华)

筹备

新民

今年的上海车展将以怎样的全新境界和面貌奉献给观众一场精彩的汽车盛会?在近日举行的上海车展新闻发布会上,记者就读者关心的车展筹备情况采访了车展主要承办方上海国际展览公司总裁顾春霆。

中外厂商 悉数登场

顾春霆透露,随着中国汽车市场

海派“汽车盛宴”炫目登场——上海国展总裁顾春霆谈车展筹备情况

影响力的迅速提升,全球汽车巨头都将上海车展视为全球重要的车展而予以高度重视,汽车跨国企业本届车展悉数到场,无论从参展规模还是参展水平,都在原来高规格的基础上再上一个台阶。国内自主品牌也在本届车展呈现百花齐放的盛况,主办方首次将中外汽车公司安排在同一展厅,自主品牌与国际巨头同堂亮相,共同参与国际国内汽车市场的竞争,成为本届车展的一大亮点。

德系车企中,尤以大众集团最为抢眼, 不仅旗下 7 大品牌悉数登场,

展台总面积也超过 8500 平方米,创上海车展之最。其中,西亚特品牌首次来到中国,超豪华品牌布加迪也是首度亮相上海车展。宝马集团以全新的展台设计、庞大的阵容参展,5000 平方米展出面积比上届几乎翻了一倍。日系汽车公司参展并未受到日本地震和海啸的影响,丰田、本田、日产等,均携旗下品牌高调亮相。美系三大巨头通用、福特和克莱斯勒,同样都悉数参展。

不求最大 但求质量

顾春霆表示,上海车展的举办方并没有一味地刻意追求规模上的扩大,而将重点放在车展的质量和服务的提高上。

预计本届上海车展的观展人次将达到 70 万, 为使观众有更充裕的时间充分感受车展, 主办方延长了 1 天公众参观日, 同时通过网络、电话、网点、门店等多种渠道加大门票预售



工作,避免观众受展会现场的排队等候和因人流控制限制现场售票量的影响。

上海车展 (Shanghai International Automobile Industry Exhibition) 创办于 1985 年, 是中国最早的专业国际汽车展览会, 是亚洲最大规模的车展, 逢单数年举办。

分析 政策发力 新能源汽车猛踩“油门”

杜悦英

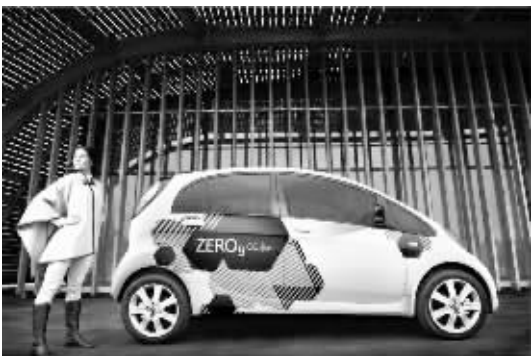
在上海车展上,新能源汽车集体发力可说是一个信号。而此前政策的导向已为新能源汽车的发展埋下了伏笔。

4 月 8 日, 中国工程院院士、世界电动车协会主席陈清泉在接受中国经济时报记者采访时认为, 新能源汽车产业的发展应包括三个因素, 即具有高性能和合理价格的好产品、方便经济高效的经济设施和好的商业模式。目前北京物流、环卫类商用纯电动车、北汽福田迷迪纯电动出租车等已开始示范运行, 但私人购买亟待推进!

三部委发力

对于新能源汽车产业发展, 科技部、工信部和国资委都将出台政策支持, 分别为《国家“十二五”电动汽车科技产业化重大专项项目》、《节能与新能源汽车产业发展规划》和《央企纯电动车投资规划》。

上述政策对于未来 5 年内新能源汽车产业发展给出了非常具体的目标和资金支持力度。《国家“十二五”电动汽车科技产业化重大专项项目》的发展目标为, 小型纯电动汽车、大型纯电动商用车、轻度混合动力汽车和插电式混合动力汽车形成比较优势, 2015 年左右, 生产动力电池 100 亿 Wh, 发展各种类型电动汽车



以零油耗、零二氧化碳排放量和零噪音为主打的雪铁龙 C-ZERO 是雪铁龙旗下一款重要的量产电动车, 即将亮相上海车展。

100 万辆。预计总投资 30 亿元, 一半以上用于纯电动, 其余重点在锂离子电池攻关。《央企纯电动车投资规划》的近

期目标则是协调电动车产业链技术标准的统一, 中长期目标是突破电动车领域核心技术, 打造具有国际竞争力的中国电动车企业和品牌。2010 年在电动车共性平台建设领域安排 13 亿资金, 到 2012 年还将安排 50 亿进行支持。

标准待完善

据中国汽车技术研究中心电动汽车标准化专家孟祥峰介绍, 经过 10

多年的研究和积累, 中国电动车标准体系已经初步建立, 涵盖了纯电动汽车、混合动力汽车、燃料电池车、电动汽车关键系统和零部件、充电基础设施及基础通用等方面, 现行有效标准共约 50 项, 正在修订的有 50 余项, 正在报批的 15 项。“中国的电动车标准并不落后, 很多还优于国际标准”, 他说。

但电动汽车行业发展与标准之间仍有差距。国家发改委产业经济与技术经济研究所高新技术产业室副主任曾智泽在此间表示, 中国电动车产业发展的问题, 除了关键零部件基础材料和装备的技术水平和产业化能力急需提高、高端技术不具备竞争优势外, 相关标准不完善也亟待改变。

红岩杰狮轻量化牵引车

有望成为国内首款交通部甩挂运输推荐车型

近日, 国家交通运输部、重庆市运管局及检测机构的有关专家对红岩杰狮轻量化牵引车进行了甩挂运输推荐车型现场核查。经过严格细致的审核, 专家一致同意红岩杰狮轻量化牵引车通过交通部甩挂运输推荐车型第一阶段核查。据悉, 上汽依维柯红岩 (以下简称“上依红”) 是国内首家通过交通部甩挂运输推荐车型第一阶段核查的重卡企业, 这意味着红岩杰狮轻量化牵引车有望成为国内首款交通部甩挂运输推荐车型。

甩挂运输是指到达目的地后, 牵引车与挂车分离, 挂车留在当地, 牵引车继续牵引着其他挂车从事运输的方式。推广甩挂运输对提高运输效率、降低运输成本、推进节能减排意义重大, 在北美、西欧等地非常流行。去年年底, 我国交通部正式启动甩挂运输试点工作, 同时



推荐具有标准化程度高、自重轻、承载量大、安全性能好、能耗低等技术优势的甩挂运输车型。运输企业在对车辆经济、技术性能进行充

分评估的基础上, 在车辆更新时可选用推荐车型。

红岩杰狮轻量化牵引车沿袭了杰狮产品漂亮大气的外观和诸多卓

越性能, 更通过对车架、前后簧、平衡轴、推力杆和后悬挂等部分的系统设计, 使整车自重大幅减轻, 可谓国内重卡轻量化的佼佼者。轻量化牵引车的车架纵梁采用高强度低碳合金钢, 车架形式采用变截面单层大梁, 不但重量轻, 而且抗扭曲和抗冲击能力强, 通过了 3 万公里试验场综合道路测试, 屈服强度提高近 50%。在悬挂系统方面, 采用少片变截面钢板弹簧悬架的设计, 有效降低了车辆的自重, 在保证车辆承载能力的同时改善了车辆的舒适性。断开式平衡轴的设计凸现了装配简单、维修方便, 采用润滑油润滑, 根本上杜绝了油封漏油现象。同时, 轻量化牵引车的驾驶室依然采用全钢结构, 驾驶室支撑悬挂形式改用了空气弹簧, 提升了主动安全系数和驾乘的舒适性, 更显人性化关怀。在车辆动力选择方面, 红岩杰狮配装拥有意

大利血统的 Cursor9 发动机。已达国Ⅲ排放标准, 并可轻松升级至欧 V 标准, 经济省油, 能有效适应当前燃油税政策, 且维修部件少、维护成本低、机油更换周期长, 有效实现了经济性与可靠性、安全性与承载性的完美统一。

专家组一行在核查中参观了上依红总装厂整车生产线、检测线及轮胎总成动平衡检测设备, 详细了解红岩杰狮轻量化牵引车的生产流程及质量控制体系, 检查了相关资料和质量文件。在样车核查过程中, 交通部专家还饶有兴致地登上了驾驶室, 亲自体验了一把轻量化牵引车的舒适性和高性能, 并给予了高度肯定和称赞。经过全面核后, 专家组一致认为, 红岩杰狮轻量化牵引车符合甩挂运输推荐车型的要求, 一致同意通过第一阶段核查。

(吴薇)

中国重汽销售部实现首季销售开门红

宗培轩

面对激烈的市场竞争形势, 中国重汽销售部全体干部职工发扬顽强拼搏无私奉献的精神, 认真践行“长志气、争口气、造精品、创佳绩”的号召, 全面贯彻落实集团公司两次工作会议要求, 振奋精神, 鼓舞干劲, 开拓思路, 扎实工作, 以优异的成绩完成了集团公司下达的一季度各项任务指标, 订单数量再创新高, 发交车月均突破万辆大关, 3 月份更是达到 1.35 万辆的高峰。

一是开展多种活动强化干部职工“市场第一、用户至上、亲人服务”的理念。牢固树立责任意识、创新意识、竞争意识, 引导干部员工坚持以科学发展观分析市场形势, 认识市场困难与机遇并存的现实, 找准切入点, 深入开展了创先争优、争做重汽营销先锋活动, 转观念、调思路、促发展, 开展市场调研工作。领导班子分片包干, 深入营销服务一线, 走访用户了解网络建设, 规划调整区域布局, 开拓空白区域, 一线业务人员全面掌握用户需求信息, 做好终端营销, 做到每单必争。销售部采取有效措施, 资源向一线倾斜, 管理向一线延伸, 确保了销量稳步提升。

二是营销网络建设取得明显成绩。销售部经过 2010 年大力加强网络建设力度, 提高营销网络的专业化水平, 努力在牵引车、公路用车的销售上实现新的突破; 切实结合区域市场发展实际, 进一步调整和建设区域网络, 向县级市场发展, 实现了与客户的无缝对接; 加强了专用车大委改业务, 形成有区域特色的竞争优势; 开展了多种形式的与网络单位结合起来的产品推介会、用户座谈会以及展会巡展等各种促销活动, 提高市场和用户对重汽产品的认知度; 充分利用形成的牵引车销售热潮, 不断加大牵引车的宣传和促销力度, 实现每周都有产品推介会展开, 以点带面, 形成牵引车宣传和销售新的高点。在自卸车、混凝土搅拌车的销售网络建设上, 继续发挥以往的产品优势, 网络优势, 巩固强势地区, 发展薄弱地区, 拓展新的营销网络。

三是深入开展精益化管理、精益化营销活动, 促进营销服务质量的不断提高。销售部整合资源、规范管理、优化网络, 改进提升营销工作。管理部门室以高度的责任感对待工作, 增强服务意识, 杜绝工作推诿扯皮不负责任的现象。工作讲态度、讲效率、讲质量, 为分公司和用户提供了优质的服务。各地分公司认真对照亲人服务标准, 自查存在的问题, 制定强有力的落实措施, 扎扎实实做好营销服务管理, 提高工作的针对性和有效性, 促进销售工作上水平, 售后服务创优质。在加强制度管理的同时, 销售不大力加强提升部室、分公司管理人员综合素质培训, 加强分公司产品培训师体系建设, 加强服务培训工作; 举办服务培训班, 强化新入网单位的亲人服务意识, 提高服务技能, 规范服务流程, “亲人”服务工作标准落到了实处。

四是强化风险防控, 高度重视物流运转、在途车辆管理工作。去年下半年以来销售部按照集团公司要求进行了深入的市场调研, 对市场走势进行了初步研判。各分公司从去年 11 月起就已开始着手对区域内的畅销车型进行资源储备, 确保了销售大月的订单需求。今年以来销售部凭借过中国重汽过硬的产品质量和良好的市场口碑, 在激烈的市场竞争中脱颖而出, 实现井喷式增长, 销量数倍于往年。市场需求旺盛, 短期内订单车辆大量下线后发运及改装业务骤然加大, 给物流、运转部门的工作提出了新的要求, 也带来不小的压力。运转物流部门经理将办公室从机关大楼搬到了郊区仓库, 深入物流运转发车第一线, 和广大职工一起, 从各个物流环节的优化调整开始, 逐个车辆逐个环节的查问题、想办法、找对策。一分汗水一分收获, 通过物流运转职工的不懈努力, 克服了各种困难完成了发车任务, 销售部连续四个月发车在 1 万辆以上, 不断刷新着销售纪录。