

“眼红”新能源汽车 长安远水不解“近渴”



□ 骆珊珊

据时代周报报道，从自主品牌、国内大型汽车集团到跨国企业，无不觊觎中国汽车市场这块处女地——新能源汽车领域。作为中国历史最悠久的军工企业和国内第四大汽车集团，长安汽车也将此视为不容有失的企业战略。去年长安在北京启动建设高端自主品牌及新能源车生产基地，现在距离该基地的纯电动车生产线建成投产已不到两个月。

微车高增长不再

今年第一季度长安汽车的净利润(7.223亿元)出现同比下滑92.6%，与去年同期增幅超过25倍(7.96亿元)、形成天壤之别。

东风商用车公司4月销售再拔头筹

在国内中重卡行业增幅放缓的市场趋势下，东风商用车公司依然呈现良好的经营态势。该公司经营快报显示：今年4月份，公司销售汽车38万辆，同比增长14%，今年前4月累计销售汽车136万辆，同比增长22.9%，东风品牌中重卡继续居行业第一。

继一季度领跑国内中重卡行业后，在二季度伊始表现依然坚挺。在重卡市场，东风成为行业领头羊。其中东风商用车公司4月份销售重型车21万辆，前4月累计销售重型车7.8万辆，继续保持高于行业的增长态势。在中卡市场，东风继续巩固行业领先地位。4月份，东风商用车公司中型车销售7552辆，前4月累计销售2.2万辆。

前4月，东风商用车公司本部销售超过7万辆，同比增长18%，本部销量的提升有力拉动东风十堰基地相关产业链的发展。此外，东风商用车子公司也有不俗业绩，东风柳州汽车有限公司前4月销售汽车超过5万辆，同比增长51.8%。

东风商用车公司总经理黄刚认为这个业绩是东风持续努力的结果，他说：“东风有42年的积累，过去几年在整个商品平台的竞争力提升、营销转型等多个方面的努力使商品力和营销力同时增长，公司的经营管理和运营的能力得到持续提高。”

(傅伟)

订单式销售 华泰 B11 上半年“吃饱”

今年一季度中国车市增速大幅回落至个位数。然而，业界对于从高速增长中沉寂下来的中国车市仍然十分乐观，特别是对中国自主品牌的进一步发展和逐步成熟十分看好。而从3月乘用车市场的最新销售数据来看，自主品牌众车型也的确没有让人失望，表现稳中有升。其中，备受瞩目的华泰首款轿车B11再次以不俗的市场表现，成为中高级商务车市场上冉冉升起的明星，迎来了其上市后的第一个春天。

销量乐观 理性发展

3月华泰B11销售860辆，位列B级自主品牌前5名，保持了健康平稳

重庆市经济和信息化委员会的一份报告指出，长安股份出现下滑的原因在于微车产量的下降，而导致微车产量下降的则是：“新车型上量不够，老产品减产过快，造成减产7.2万辆，超过长安股份产量的45%；二是现有产品在全国细分市场中的形势不乐观；三是微车竞争加剧。”以重庆市为例，力帆、小康等民营微车企业的快速崛起，使长安微车的地位受到挑战。

与长安汽车一样受困微车的还有微型车产销销量居行业首位的上汽通用五菱，其一季度销量虽然出现小幅增长，但已连续两个月出现同比负增长。

“微车在乘用车整体销量中，属于占比较大的车型，微车的集体下滑，很容易把乘用车增长量拉下来，

由于微车市场明显下滑，国内第四大汽车集团长安汽车越来越看好新能源汽车这一中国汽车市场上的最后一块处女地，将新能源汽车视为不容闪失的企业战略。去年长安在北京启动建设高端自主品牌及新能源车生产基地，现在距离该基地的纯电动车生产线建成投产已不到两个月。不过，新能源汽车的发展之路却是征程漫漫，因为长安自知这是一种战略考量，目前只能投入，可能到2020年才会有回报，远水难解近渴！因此“未来十年里，长安都无法靠新能源汽车吃饭”！

进而影响整个车市。”中国汽车工业协会副秘书长熊传林指出，微车的下降需要引起注意。汽车下乡和购置税优惠政策取消之前能为一辆约3万元的微车节省3000元-4000元，对于集中在农村市场的微车主力消费群体来说，这并不是一个可以略去不计的数字。

尴尬的新能源

意识到主力车型微车或将风光不再，徐留平将资金投向了尚未开发的新能源汽车项目，长安汽车计划到2012年在新能源汽车上重点投资10亿元，全力推动纯电驱动汽车研发和产业化能力提升，节能与新能源汽车销售占有率达到20%，到2020年形成节能与新能源汽车销售占有率达

纵观汽车业发展历史，捷达见证了中国汽车工业的快速发展，也圆了无数个家庭的轿车梦。捷达在中国市场创下了很多个第一：第一辆装有ABS系统的新捷达王首开了国内A级车批量安装ABS的先河；在同级别车中第一个装备宽轮胎；第一个装备电动门窗高位刹车。

捷达：行进中的历史符号

时代的脉搏会催生出一个又一个典型的符号。随着时间的推移，有些符号会慢慢淡去，而有些符号则会变成历久弥新的情结。捷达，无疑是后一种符号的代表。

让轿车走进千家万户

20世纪80年代，中国计划经济时代的阴影还未远去，轿车还是距离平民百姓遥远的奢侈品。当时的环境促使大家思考，如何才能让轿车走进千家万户？在这样的背景下，1990年，一汽-大众汽车公司在长春成立。很快，1991年冬天，第一辆捷达A2在一汽-大众轿车厂组装下线，捷达的出现，拉开了中档轿车开辟中国市场的序幕，也由此捷达轿车开始

了它走进千家万户的脚步。对于普通百姓而言，汽车从不敢奢望的奢侈品变成了生活的伴侣。

整个90年代，捷达轿车的红色飓风已经席卷了中国普通家庭，捷达普及型轿车的概念，开始逐渐散播开来。就在1993年，捷达接到了一笔订单：江苏省江阴市华西村一次性购买了250辆轿车，这个号称中国第一村的华西村，开创了中国改革开放后轿车进入家庭的先河。之后的一年，政府才正式出台政策，明确了私人可以购买轿车。这个时期，捷达俨然成为带动私有车普及的历史符号。

打造轿车价值的典范

作为家喻户晓的家轿第一品牌，

到30%，超过100万辆。

早在2002年，长安汽车就加入了国家的“863计划”，成为我国最早开展混合动力汽车研发的企业之一。2007年长安首款混合动力车杰勋HEV下线，后由于销量不佳被迫停产。2009年杰勋HEV累计销量仅有100多辆。即使大名鼎鼎如丰田的普锐斯，进入中国5年来，销量也只有几千辆，占全球总量的不到五分之一。让车企趋之若鹜的中国新能源汽车真的大有可为吗？

为刺激新能源产业的发展，政府自去年6月1日起在上海、长春、深圳、杭州、合肥启动私人购买新能源汽车补贴试点，中央财政对试点城市私人购买、登记注册和使用的插电式混合动力乘用车和纯电动乘用车给予一次性、3000元/千瓦时的补贴。插电式混合动力乘用车每辆最高补贴5万元，纯电动乘用车每辆最高补贴6万元。

但这样的政策能在多大程度上激发消费者的购买热情呢？网络调研公司缔元信一项针对新能源车的调查显示，89%的被调查者因当前配套设施设置不齐、价格过高等原因不愿意购买新能源汽车。业内人士认为，消费者不愿意购买新能源汽车一方面不太信任所谓的新技术，另一方面是不愿为节能技术多支出成本。

向高端进军

徐留平表示，长安汽车一直在新

能源汽车领域不断努力，但这些投入在“十二五”期间都不一定有所回报，可能到2020年才会体现出来。而无论到时候行业的状况会发生什么变化，在未来十年里，长安都无法靠新能源汽车吃饭，发展乘用车仍是企业最重要的课题之一。“传统汽车毫无疑问是企业的根本，毕竟消费者更愿意购买传统汽车。而在这个领域的投入也容易显出成效。”长安汽车相关负责人对时代周报记者说道。

在前不久在沪举办的上海车展上，长安汽车推出了3款全球首发概念车——Sense豪华概念车、Clover纯电动概念车和Voss商务概念车。Sense豪华概念车是长安汽车的D级概念跑车，代表了企业未来高端汽车的方向。而长安汽车也有意与合作伙伴PSA在中国推广雪铁龙的高端系列产品。

背景材料

长安汽车4月份产销量同比去年减少

5月12日，长安汽车发布4月份产销数据。数据显示，该月份产销量比去年同期减少，幅度分别为2.3%和7%。除今年1月份销量以外，长安汽车1-4月的产销量均出现下滑。事实上，长安福特、长安铃木和江铃控股的产销量均有不同程度的增长，产销出现下降的主要为重庆长安汽车股份有限公司(本部)。

既不安全，又不规范。

捷达将安全带给了最普通的驾驶者。从此，捷达带着尾部醒目的“ABS”标志，穿梭在中国大小城市的道路上。

据最新统计，2011年捷达1-4月销量为75400辆，势头不减风采依旧。捷达的努力不仅赢得了市场的认可，更获得了200万用户的信赖。2011年4月20日，为纪念捷达销量突破200万，一汽-大众捷达200万辆纪念版车型閃耀登场，金色外衣，精心改善的内外饰配置，捷达200万辆纪念版更像是一个里程碑，见证了过去的辉煌，更代表了未来的无限希望。

(李珊珊 于丹)

依维柯为巴西提供乙醇柴油双燃料车

依维柯、菲亚特动力工业和博世于近日在巴西举行的该国最大的农业会展上展出了依维柯乙醇柴油双燃料车Trakker。该车配备菲亚特动力工业Cursor9发动机，运营时乙醇柴油双燃料的成本低于传统柴油发动机。该车为甘蔗和乙醇生产商设计，早期的试验应用了40%-60%的乙醇柴油配比。由于乙醇属于完全可再生燃料，此动力有助于减少化石燃料的使用，改善环境。

巴西甘蔗企业联合会开展了一项促进蔗糖及乙醇工业的“绿色政策”项目，在此协会的支持下，依维柯乙醇柴油双燃料车Trakker在巴西成功研发。2010年，依维柯在菲亚特动力工业和博世的帮助下开始了双燃料发动机的研发。现在，样车在2011年收获季节由Cosan(巴西最大的甘蔗生产商)和壳牌的合资公司Raízen进行测试。到目前为止，40%-60%的乙醇

柴油替代配比为甘蔗种植园的营运降低了6%的燃料成本。“我们仍处于发展的初级阶段，当然，我们希望达到一个更高的乙醇柴油替代配比以进一步降低运营成本，”依维柯拉丁美洲产品开发总监Renato Mastrobuono说。

依维柯Trakker双燃料样车是一台带拖挂总重63吨6x4卡车，可以在甘蔗种植园进行多种应用，如液罐运输。该车配备Cursor9 360

马力共轨发动机。车辆配备两个油箱（一个装柴油，另一个装乙醇）。此外，车辆还配有一个专门为两种燃料配备的电控单元，一个为乙醇系统工作的压力泵和一个位于排气管的氧传感器。在进气阶段，乙醇就被直接注入进气管，压缩后柴油注入以促进燃烧，没有加入任何形式的防爆添加剂。

(都灵)

延伸阅读 | YanShenYueDu

自主品牌“淘金”新能源车 亟须跨越“三重门”

从企业到政府，大力发展自主品牌新能源汽车已经成为普遍共识。自主品牌要想在新能源汽车领域有所作为，就必须在技术发展路径、核心技术的掌握、量产经验三方面取得实质进展。否则，难免重回国汽车工业“以市场换技术”的老路。

第一重门 全面的技术储备和发展路径

目前我国新能源汽车产业的技术研发格局，基本由混合动力汽车、纯电动汽车与燃料电池汽车组成。尽管纯电动汽车呼声很高，且能够享受高额补贴，但目前还处于技术展示的阶段，现在断言电动车技术更适合中国市场还为时尚过早。所以，自主品牌如果押宝在单一的技术路径上，无疑存在很大的风险，反过来如果技术投入过于分散，则会增大企业的负担，更难以深入。这就必然要求自主品牌形成有重点、多层次的技术储备和发展路径规划。

第二重门 自主研发核心技术

在前不久举办的上海车展上，拥有自主研发技术的新能源汽车并不在少数，有的甚至突破了关键技术的难关与瓶颈，达到国际先进水平。以长安CLOVER纯电动技术概念车为例，一般电动车存在电池容量有限、续航能力有限，电池过重影响车辆性能发挥的技术难关。而长安CLOVER采用全新开发的永磁同步电机，具有扭矩大、转速高、效率高、体积小、发热量小等特点，攻克了纯电动技术中动力不足、体积大、发热高等技术瓶颈。CLOVER集中体现了长安汽车在新能源技术创新研发上的成果，也代表了自主品牌由“系统集成”向“自主研发”模式的转变。

第三重门 培育市场，积累量产经验

根据未来规划，2015年全国将实现年产新能源汽车50万辆，2020年销售500万辆。所以，新能源发展要想进入产业化阶段，就必须率先实现量产，并教育引导消费市场。

正是由于包括长安汽车在内的一大批自主品牌在新能源领域的共同努力，才形成了今天集体发力的可喜局面。不过，未来自主品牌要想与世界汽车巨头争雄，只有突破以上几方面的瓶颈，才能全面提升企业在此领域的综合实力，才能肩负起新能源汽车产业由“中国制造”向“中国创造”转变的历史重任。

(青新)



B11上市后销量喜人，大气外观高端配置得到消费者认可。

在严把质量关上，更注重B11的质量、品质，以期创造良好而扎实的市场口碑。

在品牌形象和合资品牌存在差距的现状下，像华泰汽车这样注重品质、强化品牌，为B11制定精耕细作营销

方式的做法，不失为立足长远、具备一定战略眼光的策略。而这款中高级商务新贵良好的市场表现，也让人们对其打造自主品牌中“真正意义上高级车”的豪言壮志充满了希望和期待。

(张博)