

品牌动向 | PinPai Dongxiang

源自 50 多年的丰富造车经验,代表一汽轿车最高工艺质量、最高生产水平的第二工厂来迎接欧朗的下线,充分体现了欧朗的重要战略地位,作为一款全新车型,一汽欧朗更是站在一汽轿车巨人肩膀上,代表着“品质、技术、创新”的又一次迈进。

一汽欧朗下线 站在巨人肩膀上蓄势待发

近日,中国一汽全新时尚品牌,一汽欧朗在长春市一汽轿车股份有限公司的第二工厂正式下线,并将于四月中旬正式上市。下线仪式上,一汽欧朗国际一流的生产线、先进的造车工艺,博得现场数百家类专业媒体的一致好评。本着打造“高性能时尚轿车”的一汽欧朗,更是首次在聚光灯下全面展现了各方面优异的商品品质,继广州车展品牌发布后,再次成为业界的焦点。

国际尖端工艺 品质与生俱来

卓越的产品品质,是一汽轿车独特的品牌标识,在市场中享有声誉。秉承一汽轿车 50 多年的造车经验和对品质的不懈追求,一汽欧朗凭借一汽轿车国际一流的生产平台、先进的国际化管理理念、融会贯通世界主流造车经验,突破创新,使欧朗拥有了与生俱来的优异品质。

在车型平台技术上,一汽欧朗基于经典的德系 PQ32 平台,在此基础上将其升级为 PQ32+ 平台,实现在空间、安全性、操控性、舒适性、科技性等方面全面升级。同时,经过精心调校的悬架系统,配以澎湃的动力,为用户带来更舒适的驾乘体验和灵活自如的操控感受。

欧朗的先天品质优势还表现在国际领先的生产线,在国际领先、国内一流的一汽轿车第二工厂孕育成长。一系列国际先进技术投入到欧朗的研发过程当中。在冲压、焊接、涂装、总装等多个方面对欧朗精雕细琢,此外,严格的质量保证体系,保证每一辆下线的欧朗都能以过硬的品质带给消费者安心、满意的感受。

科技商品魅力 再造经典车型

苗圩:今年重点推动节能和新能源汽车发展

全国人大代表、工信部部长苗圩 3 月 8 日在人民大会堂接受采访时表示:“今年工信部的重点工作是推动节能和新能源汽车以及自主品牌汽车的发展。”

他举例说,此前颁布的一项“政府采购用车一定是国产汽车”的政策,表明今年这项工作已有良好开端,他还称“任何自主品牌轿车发展早期肯定是需要政府给予补贴和支持的。”但他同时也表示,今年不大可能会像 2010 年那样出台大力度的支持政策。

在节能汽车和新能源汽车的划分上,苗圩明确表示,非插电式混合动力汽车被划分为节能汽车,不属于新能源汽车,所以不享有此前针对插电式混合动力乘用车和纯电动汽车的购车补贴。

苗圩还透露,未来 5 年的宽带提速目标为城市家庭做到 20M 进户,农村家庭做到 4M 进户。

在回答媒体关于 4G 网络 TD-LTE 牌照发放时间的问题时,苗圩称最终能发放 4G 牌照可能还需要两到三年时间,而这期间主要是解决基站密度和终端问题。

针对今年政府工作报告中提到的“加强网络基础设施的建设,促进三网融合的发展”,苗圩认为,这表明国家更加重视宽带基础设施建设。在具体推进措施上,要重点解决防止电信部门重复建设,争取做到一城一网,加强使用终端建设和收费站的建设和收费确定等问题。“我们想在过去三网融合第一批、第二批试点过的 54 个城市里先试验、先推进。”苗圩说。

(上海证券报)



站在巨人肩膀 蓄势目标市场

源自 50 多年的丰富造车经验,代表一汽轿车最高工艺质量、最高生产水平的第二工厂来迎接欧朗的下线,充分体现了欧朗的重要战略地位,作为一款全新车型,一汽欧朗更是站在一汽轿车巨人肩膀上代表着“品质、技术、创新”的又一次迈进。

据悉,在生产、研发环节,一汽轿车以最优秀的设计团队,运用最先进的设计理念,集中一切优势资源,为欧朗提供了最优的基因和最佳的孕育母体,助力一汽欧朗成功进军市场。在未来的营销体系建设上,遍布全国的 193 家奔腾 4S 店将为欧朗提供一汽轿车始终如一的高标准、高品质服务。届时,欧朗的年轻用户群将有机会体验已经完美运行 5 年、并且荣获 IDPower 中国汽车销售满意度、中国汽车售后服务满意度自主品牌双料冠军的高素质网络化服务,以高起点的设计和品质保障与高质量的服务网络,一定能够让年轻消费群充分享受到高品质的汽车生活。

(搜狐汽车)

市场分析

定位明确 个性鲜明 瞄准年轻消费者

一汽欧朗外观极大程度沿用了一汽 GO 概念车的设计元素。一汽 GO 概念车于去年上海车展上亮相,代表了一汽品牌新一代车型的设计趋势。欧朗主打“激情、活力、时尚、运动”的品牌理念,而从量产版本来看,作为全新车型的欧朗外观和内饰动感十足,主打个性。未来在市场中将会吸引更多年轻消费者。

(晨晖)

宁波汽车 制造“巨无霸”初显雏形

□ 张昊 袁红薇 郑添明

3 月 7 日 下午,宁波杭州湾新区在上海举办上海大众宁波基地供应商园区推介会。包括 17 家世界 500 强在内的近百家企业代表,齐聚上海寻找汽车零部件产业发展的商机。

推介会上,首批 30 个项目当场签约,其中全球汽车行业百强企业投资项目 7 个,总投资达 48 亿元。“我们曾经在上海和宁波两地进行比选,宁波汽配企业多,门类齐全,政府的效率也高,最终让我们选择了宁波。”美国万机汽车零部件贸易有限公司集团主席肯尼·莫乐尔对记者说,万机是汽车零部件采购商,自己公司是第一次来到中国投资。他很看好宁波的市场,预计自己的新公司在 3 到 5 年内实

现年产值 5000 万至 1 亿美元。

杭州湾 将成汽车制造“巨无霸”

这些汽车零部件项目,将在上海大众宁波工厂的东侧建造,为其配套。这片新兴的工业区已经被规划为上海大众宁波基地供应商园区。据介绍,园区规划面积约 3000 亩。

据上海大众汽车有限公司宁波分公司总经理胡轶敏说:“目前宁波工厂油漆车间、冲压车间、车身车间、总装车间四大关键车间已经全面建设,计划 7 月底开始设备安装,2013 年 3 月份实现汽车整车下线,这将使得宁波工厂成为上海大众安享总部外最大的生产基地。”这一席话也给在座的供应

商更大的信心。

“在 5 公里范围内,拥有 2 家汽车整车厂,未来三年就可以达到年产 55 万辆汽车,十分罕见”,全球汽车零部件制造业巨头万都公司韩籍总经理董昌陈向记者勾画公司的未来,“一期厂房已经投产,二期马上就开工;计划今年销售 15 亿元,2015 年可以做到 40 亿元左右”。

本土企业 期待“完成惊人一跃”

汽车大鳄的到来,使得宁波本土企业也嗅到了巨大的商机。今年开年以来,杭州湾新区宁波华德汽车零部件有限公司副总裁曹大昌一直在车间里巡视着,忙碌着。华德厂区与上海大

众项目,车程不到 10 分钟。“时空距离缩短了,为大众服务更方便了,沟通更便利,技术可以同步开发。”曹大昌说。目前,上海大众汽车使用的门把手中,有 80%的产品门类来自华德。曹大昌还认为,大众的到来,使得华德配套大众的产品,物流成本下降了 15%。

“真是一石激起千层浪,现在,宁波市内的慈东滨海新区、宁海科技园区、余姚等地汽配企业普遍关注着产品的升级提档,以期上海大众实现配套。”宁波市汽车零部件产业协会副秘书长干文萍说,“毕竟现在上海大众就在家门口,从成本等因素考虑,大众也会更多地吸纳本地汽配企业进入其生产共同体,可以预见上海大众项目有望帮助本地汽配产业完成惊人一跃,即提升汽配产品档次,加快产业转型升级。”

长安福特重磅出击 福克斯打造年轻的心

□ 陈楚

“新福克斯是‘一个福特’战略下第一款真正意义上的全球车,也是福特承诺在 2015 年前引入中国 15 款车型中的第一款全新车型。” 3 月 1 日,长安福特全新福克斯正式亮相,长安福特总裁马瑞麟表示,作为长安福特推出的战略车型,新福克斯承袭了时尚动感设计的同时,搭载了先进的动力系统和智能科技,可谓重磅出击。

“年轻人喜欢新福克斯”

“虽然我的年纪大了,但心是年轻的,像年轻人一样喜欢新福克斯。”长安福特销售公司总经理何骏杰如是说。

“时尚有活力,思维活跃有创造力,乐于冒险并外向自信的年轻群体,都有可能成为新福克斯的潜在用

户。”据长安福特相关人员介绍,新福克斯将给消费者提供更多的个性化选择,包括两厢三厢 4 个系列共 12 款车型,12 种时尚色彩。

新华信一项研究报告指出,80 后等年轻群体正在逐渐成为购车和租车主力。诸如宝马 1 系、X1、奥迪 A1、A3,还有包括奔驰在内的高端品牌都已相继把价格下探到 30 万以下,高端品牌年轻化已经拉开。在中级车市场,福特也在努力缔造更多的年轻用户群体。

新福克斯设计时尚动感,具备流线外形,风阻系数仅为 0.295,成为福特有史以来生产的、空气动力表现最佳的车型之一;同时,它搭载福特最新动力总成——2.0 升 GDi 汽油缸内直喷发动机和 1.6 升 Ti-VCT 双独立式凸轮轴可变正时发动机,配合 Power-Shift6 速双离合变速器,让新福克斯传承赛车血统,吸引年轻用户的眼

球。

此外,新福克斯运用了低速行车安全系统,非常适合在大城市堵车或缓慢行驶的情况下主动避免碰撞,全系还标配具有创新性的进气格栅主动关闭系统,进一步提升其在空气动力性能上的优势,降低二氧化碳排放和提升燃油经济性。

“把最好的资源向中国倾斜”

长安福特同时宣布,现款福特福克斯将更名为“经典福克斯”,与新福克斯并行销售。经典福克斯将与新福克斯齐头并进,全面提升长安福特在中级车市场的竞争力。

“具有世界级工艺和全球通用生产流程的长安福特马自达重庆二工厂为新福克斯提供有力 的品质保障。”长安福特马自达汽车有限公司执行副总裁罗明刚表示。



值得一提的是,“双车战略”表明长安福特开始调整其产品战略,通过以多个车型组成一个特定产品组合来参与白热化的市场竞争。目前,中级车市场容量达到 500 万,采取“双车战略”后,经典福克斯可以进一步满足中低端需求,新福克斯则能够主打中级车高端市场。

同时,为了提升经销商的服务质量,长安福特还将投资上亿元,用于经销商的培训。为了配合新工厂与新产品的投入,长安福特经销商扩张步伐很大,过去两年增加了 200 多家,

乘联会:

前两月乘用车销量同比下降 1.4%

“2 月份少有力地出现了多达 21 个工作日,使得产销量迅速上升,今年 2 月国内广义乘用车销量达到 109.35 万辆,同比增长 22.3%。但值得注意的是,今年前 2 个月累计销量出现同比下滑,降幅为 1.4%。”3 月 7 日,全国乘用车市场信息联席会秘书长饶达向记者表示。

同日,乘联会发布数据称,今年 2 月,中国狭义乘用车销量为 8984 万辆,同比增长 27.7%,但环比下降 8.5%。考虑到今年春节提前至 1 月这一因素影响,计算 1-2 月累计销量更能反映市场状况。数据显示,今年前两个月,狭义乘用车累计销量达到 18805 万辆,同比微增 1.3%。不过由于今年微客市场尚未完全恢复,累计销量大幅下降 12.9%,导致广义乘用车国内累计销量为 226.54 万辆,同比下降 1.4%。

此外,饶达表示,2 月汽车厂商产量和批发量大大超过终端销量,填补了去年底经销商库存数的下降。2 月份乘用车产量达到 23064 万辆,批发销量甚至高达 237.35 万辆,远高于国内终端销量 226.54 万辆,经销商库存将回升。

乘联会预计,由于去年 3 月份库存和销量吐出数量大,造成销量基数较高,加上今年 3 月份油价高企,将对潜在用户造成很大心理压力,因此 3 月份乘用车同比销量将出现同比负增长。

(财经网)

2 月份 奇瑞出口量过万辆 同比增长 56.7%

近日,据统计,奇瑞 2 月份出口销量延续 1 月份的增长态势,达到 11035 辆,同比增长 56.7%。良好的开局为奇瑞完成全年出口销量目标奠定了坚实的基础。

2 月份奇瑞出口一个突出的特点就是海外生产的比例不断扩大,达到 55.5%,反映出奇瑞近年来实施的“走出去扎根发展”正在取得成效,海外生产基地产能不断释放,同时产品的适应性开发和二次开发能力不断提升,产品得到海外消费者的认可。奇瑞 2 月出口的另一个特点就是,出口产品结构进一步改善,瑞虎、A3 和风云 2 等精品车型在出口总量中的占比上升到 73.7%,而 QQ3 的比例进一步降低到 20.5%。

(葛念)