

品牌动向 | PinPaiDongxiang

借逸动“弯道超车” 长安驶入自主品牌“新”境界

高薇

3月27日,长安汽车于杭州正式发布了旗下首款旗舰车型——逸动。长安集团董事长徐留平对逸动的描述则更凸显出了逸动对长安品牌的重要性。“我们一个亲历过逸动诞生过程的同事对我说,他现在每次看到逸动这款车都会充满喜悦,每次听到发动机轰鸣的声音都会有想流泪的感觉。”

在徐留平看来,逸动是长安利用“五国九地”的研发能力所达到的最高峰。据华夏时报报道,逸动之后,长安的产品序列也将步入一个新的历史时期。“今年年内,我们还会推出一款比逸动更高级的轿车——CDIOI。为了将这些产品与长安原有产品进行区分,在销售网络上,我们也正在推行分网销售的政策。”长安汽车总裁张宝林说。

全球车

“我们最初的构想是造出一款有品位的,外形动感的车型。所以从2009年逸动项目确立之后,逸动的造型设计便几易其稿。”徐留平说,“我的观点是,一款车要想吸引消费者,首先造型上就要有足够的吸引力。”

据徐留平介绍,逸动的设计稿曾经历过3次较大幅度的修改,直到2010年7月才最终定稿,此后逸动的样车便开始在各种路况下进行测试。

“现在,逸动这款车已经代表了长安在工程、制造等领域的最高水平。”徐留平说,而除外形之外,逸动的动力系统也同样是长安“五国九地”研发实力的体现。“它是首款搭载长安最新的Blue Core系列发动机的量产车型。”徐留平介绍称。

据悉,Blue Core是长安旗下涵盖诸多发动机和变速箱技术的动力品牌,也是现在及未来长安汽车的核心竞争力。该系列的动力系统由长安设在英国诺丁汉的动力研究中心进行研发,无论是技术还是实际输出数据比CX30等车型的长安老一代

延伸阅读 | YanshengYuedu

比亚迪推新品牌 本土车企猛发力

在4月举办北京车展前,国内自主品牌汽车还将有一批新产品上市,而今年将有可能成为自主品牌新车型上市最多的一年。

深圳比亚迪汽车3月31日在深圳宣布其新款汽车G6L5TIDDC7版正式上市。由于集合了涡轮增压、缸内直喷、双离合等技术,该款车型被定位为比亚迪“最高端旗舰车型”。业界估计,今年将可能成为自主品牌新车型上市最多的一年。

在当天的上市发布会上,比亚迪汽车销售有限公司总经理侯雁说,该款车型采用的高新技术由企业自主研发而成,提高了产品的竞争力,有望在市场上赢得更好的表现。

在一些市场人士看来,比亚迪持续高调的市场举动,展现了这家本土车企加快自我修复步伐、迎接严峻市场考验的强烈愿望,而这也是近期国内其他本土车企的共同选择。

受政策变化等因素影响,2011年我国

车市开始迅速“冷却”,导致几乎所有的本土汽车厂商都感觉到了市场的压力。以比亚迪为例,2月底公布的年报显示,2011年该公司净利润为1403亿元,同比下降44.38%;同时,连续9年蝉联中国自主品牌的销售冠军奇瑞汽车也出现了产能利用不足,销量下降的情况。

市场人士认为,本土车企遭遇挫折,也与众多合资汽车企业大力推广新的低端本土品牌、加剧市场竞争有直接关系。中原证券汽车行业分析师徐敏锋认为,这使得合资企业与本土厂商之间的价格差距进一步缩小,导致本土企业的生存空间受到挤压。

“随着低端市场竞争趋于饱和,自主品牌车企转战二三线城市以及进军中高级市场是必然的。而要进入这些市场,必须依靠强势的产品作为敲门砖。”汽车行业咨询专家梅松林说。

有关市场预测认为,考虑到今年国内汽车市场整体将维持缓慢增长态势,汽车

企业特别是本土车企将更加注重在技术研发上加大投入,在管理、产品质量等方面提高竞争力。

比亚迪汽车有关负责人介绍说,以该企业为例,前期以售价4至6万元的车型为主力,现在则是10万元以上中端产品为主力。最新上市的G6搭载了企业自主研发的双离合自动变速器和涡轮增压缸内直喷发动机,打破了发达国家的技术垄断,“大大增强了我们与合资品牌车型竞争的砝码”。

【新闻背景】

北京车展临近 车市驶入“车展”月

进入4月份,车市就进入了一年一度的A级车展的时间。

隔年举办的北京车展与上海车展,早已

经成为了全球的汽车风向标,届时一起涌现全球首发、亚洲首发新车对中国人而言已经不算大新闻。也正是这个原因,国内的汽车市场便显得特别“不安分”,一旦车展开幕,再热门的产品也极易被淹没在数以百计的亮丽新车中,因此对品牌实际销量有推动作用的主流车型的改款、年度款或特别款,更多厂商就希望避开高峰错时上市。

而避开北京车展的诸多新车中,也不乏重量级产品。东风雪铁龙旗下每月销量在1万辆左右的世嘉车型,在近日进行了全面升级。此外,豪华车品牌中,奔驰也推出了新款的ML车型。而菲亚特进口车FIAT 500敞篷版更是近期新车中独树一帜的个性产品。业内人士认为,车展固然热闹,但这类避高峰的新品,对购车者而言,更具有亲和力。

而车展前,不少即将发布新车的品牌也会支持经销商对现车进行促销,因此购车者将目光放在当前车市中,是对于买到低价好车更为务实的做法。

(杨杰)

在渝再投资 6 亿美元 福特提升在华产能

2012年4月4日,福特汽车宣布,将联合长安福特马自达公司向中国重庆第二工厂再投资约6亿美元,以大幅提升在华产能和销量。

2014年福特在华产能逼近百万

福特于4月4日公布计划称,将联合长福马投资6亿美元,将新开工投产的重庆第二工厂产能提高35万辆/年,以使在华总产能到2014年底达到95万辆/年。

福特和长福马将分两步提高重庆第二工厂的产能。长安福特马自达重庆第二工厂预计今年将实现产能15万辆/年。到2012年年底,福特与长安汽车集团拟将该

厂产能提升10万辆/年,达到25万辆/年。两家公司还计划在2014年末为该厂增设第二条生产线,将产能再扩张25万辆/年。两次合计提升35万辆/年。

目前长安福特马自达重庆第二工厂规划生产新福克斯车型,生产线能够生产6种不同的车型。因此福特在华产能将增长1/3,达到60万辆/年。而加上35万辆/年的增量,到2014年年底,福特在华产能将提高到95万辆/年。

福特重庆基地在北部新区除了新建一个整车厂外,还新建了一个发动机工厂和一个变速箱工厂,预计正式投产时间为2014年。重庆业已成为福特汽车在美国密歇根州之外的最大生产基地。

在华扩张凸显福特全球攻略

此次福特对长安福特马自达重庆第二工厂联合追加投资6亿美元,属于未来向全球工厂投资41亿美元的重要组成部分,该举措将帮助福特在中国市场抗衡通用汽车和大众汽车。

福特中国CEO萧达伟(David Schoch)表示:“扩充重庆工厂产能是我们在中国及亚太区域迅速增长的关键一步,这将使得我们能够从全球产品阵容中为中国消费者提供更多质优、安全、节油、驾乘舒适的车辆。”

福特亚太及非洲区域总裁韩瑞麒(Joe

Hinnrichs)则指出:“此次扩张属于福特全球长期投资计划的一部分,将有力地支持我们实现2015年全球销量增长50%至800万辆的中期计划。此次追加投资并扩张产能后,福特继续为在最大汽车市场的长期增长规划奠定基石。”

之前媒体报道称,福特推出“1515”计划,在2015年之前将向中国市场推出15款新车,而此次福特不仅重申了该数字,还表示届时将在华发布20款新型发动机和传动系统。新动力总成将削减油耗及排放20%之多。另外,福特还准备将中国市场经销商数量翻倍至400家。

(腾讯汽车)

汽车评论 | Qiche Pinglun

自主品牌 绝地反击战“给力”

钟 青

在一二月艰难摇摆,按照惯性平稳小幅增长后,3月的车市急转直下。种种迹象表明,一季度车市负增长已成定局。

国家发改委前不久发布的公告显示:2月,全国汽车市场价格以降为主,国产汽车价格降幅为0.28%,同比下降0.95%。豪华进口车价格同比下降3.69%。这个统计数据是有巨大水分的,现实要严重得多。

乘联会发布的统计数据显示,自主品牌狭义乘用车今年前两个月销量为57.3万辆,同比下降了14.0%。其中自主轿车共销售45.29万辆,同比下降16.92%。从市场份额来看,今年前两个月自主品牌狭义乘用车的市场占有率已降至28.9%,其中自主轿车市场占有率为27.86%,几乎回到2008年金融危机时的水平,下降幅度创10年以来的最高纪录,其市场份额正在被持续增长的欧美系合资品牌一步步蚕食。

这是一场不公平的竞赛。奇瑞、吉利、比亚迪、长城所面对的 not 是一汽大众、东风日产等,而是大众集团、日产集团等。跨国汽车公司举全球之力,用摊薄的研发和采购成本,加上品牌溢价能力与羸弱的自主品牌对决,注定不是公平的较量。随着合资品牌产品线的持续扩张,自主品牌的压力与日俱增。

在此背景下,唱衰自主的声音又喧嚣尘上。笔者并不认同,因为看到了谷底所以唱衰,反过来,谷底也许正是自主品牌绝地反击的起点。即便是大幅下滑的前两个月,也有吉利帝豪同比16%的销售增长,长安奔奔MINI、长城腾翼C30、比亚迪S6月销过万辆的喜人业绩。

从公车采购全面向自主品牌倾斜,到红旗、上海、北京牌汽车的复活。或许这些形象工程对自主汽车的振兴不会有实质性作用,但全行业对发展自主品牌的态度高度一致值得肯定。

事实上,一场真正的绝地反击战已经悄悄打响。厚积而薄发的吉利全球鹰推出了GC7、GX7,以五星安全的设计、更先进的底盘调校性能和高效率的6速手自一体变速器开始向市场发起新一轮冲锋。

完成“五国九地”研发布局的长安今年将有五款乘用车上市,首款车型逸动在去年的法兰克福车展上首发后,经过几千名工程师细细打磨后,携不逊于合资品牌中高端车型的性能,以更激进的售价杀向市场。

此外,一汽欧朗、广汽传祺GS5、风神A60、比亚迪新F3、F6等一大批全新车型列阵上场。这批新车尽管在技术和品质上也有不小的差异,但整体与合资品牌的差距在快速缩小,有些车型如全球鹰GX7的安全性能、长安逸动的静音功效、荣威350的智能交互系统都超过同级别的合资品牌。

所谓“狭路相逢勇者胜”,自主品牌远远不到唱衰的时候,而是勃兴的又一次起步。

上海通用一季度销量达 347121 辆 市场份额稳居乘用车企业第一



根据最新的销售数据显示,上海通用汽车3月份销量达到113047辆,同比增长11.3%。至此,上海通用汽车今年第一季度总销量已达到347121辆,较去年同期增长10.7%,远高于行业平均增长速度,市场份额稳居乘用车企业第一。

今年第一季度,上海通用汽车旗下三大品牌都实现了高于行业平均水平的增速,别克、雪佛兰和凯迪拉克旗下主力产品继续引领各细分市场。新赛欧与爱唯欧的小车组合让雪佛兰在小车市场占据最大份额;别克英朗则在中级车高端细分市场上一枝独秀;在中高档MPV市场,别克GL8系列的王者地位仍无人撼动;而雪佛兰迈锐宝与别克君威、君越组成的“双君一宝”,凭借差异化

的产品定位和优势竞争力,继续巩固了上海通用汽车在中高级车市场的领先地位。此外,别克凯越、雪佛兰新赛欧以及雪佛兰科鲁兹,分别以76378辆、62251辆以及62051辆的优异成绩,包揽一季度乘用车单车型销量前三位。

据悉,别克品牌3月份销售57082辆,一季度总销量达到180911辆,同比增长9.2%。雪佛兰品牌3月份销量53220辆,一季度总销量达到158354辆,同比增长12%。凯迪拉克品牌3月份销量达到27455辆,一季度总销量达到7856辆,同比增长19.9%。其中运动型豪华SUV凯迪拉克SRX当月销售2143辆,以一季度超过5800辆的销量在进口豪华SUV市场排名第一。

(雅虎汽车)