

2020 年剑指 300 万辆 “张胡配”再造一汽 - 大众

尽管合资公司挂牌时间比大众在华的另一家合资企业——上海大众晚了 7 年时间，但一汽-大众的第 1000 万辆新车下线，却仅仅比前者晚了一年。不出意外的话，一汽-大众第 1000 万辆新车将于今年年底前正式下线。仅用 23 年就完成累计生产 1000 万辆整车，一汽-大众无疑刷新了中国汽车工业的新纪录。

站在高峰之巅，一汽-大众没有感到狂喜，而是深谙“高处不胜寒”的处世哲学。从今年上半年起，一个名为“风险危机管理科”的全新部门开始在合资公司内部低调“挂牌”。用一汽-大众董事会秘书兼总经办主任孙国旺的话说，成立这个专门研究外部环境和政策变动可能带给企业中长期经营风险的部门，旨在时刻提醒企业上下“要有危机意识”。这是“张丕杰+胡汉杰”搭档的合资公司新任领导履新以来，为谋划更长远发展而出台的可能不为外人注意但却尤为关键的举措之一。因为在中国现有的主流合资车企当中，一汽-大众的体量已经足够庞大。按照上半年销售超过 85 万辆新车（含国产大众和奥迪品牌）、同比净增 18% 的增长势头估算，一汽-大众今年完成 170 万辆产销几无悬念。

而在一汽-大众一份公司内部传播的 PPT 文件显示，到 2020 年一汽-大众将实现 300 万辆产销目标。如果彼时整个中国汽车销售规模已经从如今的 2000 万辆跃上 3000 万辆台阶，这意味着仅一汽-大众一家合资公司就将占据 10% 左右的市场份额。按照时间推算，这一目标有望在“张胡配”执掌一汽-大众时完成。“这相当于再造一个一汽-大众，从产销 100 万辆逐步跨越到产销 300 万辆，虽然外界看的只是数字上的变化，但对于合资公司上游零部件供应体系，合资公司本身的生产和品质管控、营销管理体系，乃至下游的经销商渠道能力，都是极大的考验。”一汽-大众企业品牌新闻发言人、公关总监李鹏程认为，跨越 300 万辆目标挑战的是合资公司整个体系能力。

体系惯性

数据显示，从 1991 年合资公司正式挂牌，到今年 6 月底的近 23 年时间里，一汽-大众已经生产并销售了 919.27 万辆新车。仅在今年上半年，一汽-大众就以产销超过 85 万辆（不含奥迪进口车），同比增长 18.7% 的强劲增长领跑整个中国乘用车市场（行业平均增幅为 13.4%）。按照上半年一般只完成全年汽车产销 40% 估算，一汽-大众第 1000 万辆新车年内下线属于大概率事件。

从 3 月到 6 月，一汽-大众已经连续四个



●一汽大众成都生产基地里，工人在焊装车间工作。

新华社记者 江宏景 摄

月摘得国内乘用车行业销量冠军，旗下奥迪和大众品牌多款新车都相继成为细分市场的“标杆”车型。总体数据是，今年上半年一汽-大众含进口车终端实际销量达到了 89.1 万辆，行业排名第一；不含进口车，单国产车型销量行业排名第二。不过，与主要竞争对手相比，一汽-大众产品线覆盖率最低，因为大众品牌没有 A0 级轿车、SUV 和 MPV 产品。“跟竞争对手相比，我们 VW 大众品牌的产品覆盖率是最低的，所以要求每一款产品都是拳头产品才行。”一汽-大众销售公司公关总监拱兴波告诉记者，虽然产品覆盖率低于竞争对手，且产能始终处于高负荷运转状态，但一汽-大众增长质量却明显高于竞争对手。“一是几乎全系产品都处于各自细分市场领军位置，二是经销商库存深度远低于行业平均水平。”

以大众品牌为例，上半年累计完成销量 62.5 万辆，如果按照今年总体目标 126 万辆来看，基本达成“时间过半任务过半”目标。与此同时，从一汽-大众刚刚结束的上半年经营业绩总结会上最新得到的数据是，在库存深度上，“大众品牌目前的库存深度只有 0.8 个月（行业理想状态是 1.5 个月），也就是说在所有的汽车企业内，我们依旧是库存最低的。”

如果刨除掉在途运输的商品车，在销售终端的经销商实际库存深度可能远低于 0.8

个月。这意味着，在销售一线，一汽-大众全系产品均处于供不应求的状态。如果联想到，同样在第一阵营中一汽-大众仅以竞争对手（上海大众和上海通用）75% 的产品线覆盖率，例如大众品牌迄今未能投放当下畅销的 SUV 和 MPV 产品，一汽-大众仅以“大众品牌轿车+奥迪品牌全系产品”取得上述成绩亦实属不易。

对于长期饱受产能“瓶颈”困扰的一汽-大众而言，要想在五年后实现年产销 300 万辆目标，最直接的挑战就来自产能供应。截至目前，一汽-大众已经在长春、成都和佛山布下三大生产基地，今年通过启动佛山工厂二期项目和长春奥迪总装车间改造，一汽-大众将获得 170 万辆“极限”产能。

未雨绸缪

为了从根源上突破长期困扰企业增长的产能瓶颈，经中德股东双方协商，一汽-大众正式启动了第四和第五大基地规划。

一个月前，在北京人民大会堂，一汽集团和大众集团签署了关于建立新基地的联合声明，按照上述说明，一汽-大众将依次在青岛和天津建立华东和华北生产基地。按照既定规划，青岛和天津两大基地各自分两期规划，预计分别将于 2017、2018 年相继投产，到 2020 年两期工厂全部达产时，上述两大基地

将为一汽-大众再增 120 万辆产能，以确保其 300 万辆产能规划顺利达成。

从时间节点上看，一汽-大众将在未来六年时间里，实现产销规模从 150 万辆到 300 万辆的新跨越。而如果不意外的话，这一历史使命恰好落在一汽-大众新任总经理张丕杰和销售公司新任总经理胡汉杰任期内。去年 4 月，一汽轿车股份公司总经理张丕杰正式接棒安铁成，执掌一汽-大众。到今年 2 月，一汽-大众商务副总经理兼销售公司总经理胡咏被擢升至一汽集团总经理助理，其留下的空缺由一汽吉利总经理胡汉杰接任。

至此，一汽-大众从合资企业和销售公司层面完成了新一轮高管更替。

按照历任一汽-大众合资企业和销售公司总经理基本上都要干满 5-6 年惯例推算，2020 年完成产销 300 万辆目标无疑将落在现任以“张胡配”为首的合资公司高管身上，从体量上看，这相当于“再造一个一汽-大众”。而在“安胡配”时代，一汽-大众完成了从起跑跑到腾飞的跨越，不仅产品线进一步完善、产品结构进一步优化，产能上也完成“长春+成都+佛山”铁三角布局，产销规模更实现了从 50 万辆到 150 万辆的大路步迈进。

上述成绩的背后，“安胡配”提出的构建支撑百万辆体系能力建设被认为功不可没。而在通往 2020 战略的“张胡配”时代，一汽-大众必须做到“百尺竿头更进一步”。按照一汽-大众内部人士的说法，其总体目标不仅仅是多新建两个基地，多引进几款全新产品，将产销规模做到在现有基础上再翻一番，更大的挑战亦来自应产销规模再度扩容而倒逼的“体系能力再造”，其包括上游零部件供应体系重新构建和下游经销商网络进一步优化等多个层面。

例如，在经销商网络上要进一步下沉，一汽-大众提出的总体目标是市场重心向三四线转移，其具体做法是，稳健推进一、二线城市网络发展，加强三四线城市网络覆盖。按照相关规划，一汽-大众要在今年底将网络数量从 2013 年底的 710 家扩张到 820 家（含 Mini 4S 店），到 2017 年要将三四线城市网络占比从去年 30% 逐步扩大到 47%，这意味着未来市场的更多增量将来自三四线城市。

除此之外，在“张胡配”时代，一汽-大众还将打造合资公司本地化的整车研发能力，联合大众开发包括插电式混合动力在内的新能源车，尽快提出、诠释并践行好合资公司的企业品牌理念（定为“创·享高品质”），纳入“2020 战略”范畴。“在推进 2020 战略时，我们会将支撑这一战略的规划分解为 30 个具体模块，并细化到每一个年度，每一个模块都有固定的负责人牵头。”孙国旺表示。

（杨小林）

极致优雅 新 CC 演绎摩登生活秀

川流不息的街头，人们总会发现有这样一款与众不同的轿车：它悄然静谧，独特抢眼。缓缓驶过街角，它宛若一只优雅的白天鹅羽然独立，浑身散发出优雅宁静的味道。它，就是一汽-大众新 CC，这份独特的气质使它成为一道独特的风景线，演绎出一场摩登生活秀。

优雅气质 与生俱来

新 CC 与生俱来的优雅气质是它吸引消费者的最大魅力所在。不负“最美大众车”的称号，新 CC 在消费者口中始终被赋予“优雅”、“动感”等溢美之词，而这一切都源自豪华车的设计语言。

X 造型前脸为新 CC 开启优雅的造型，凌厉的线条与柔美的曲面勾勒出新 CC 优美的车身腰线，将跑车风情融入到高级轿车中。前脸横竖交叉条幅的进气格栅与线条简洁大方的灯组样式，尽显沉稳。新增的 LED 日间行车灯十分闪耀，为新 CC 大气的前脸注入了几分灵气。

同级车中唯一采用豪华高档跑车特色的自动无框车门设计，使新 CC 的优雅与豪气尽显无遗。车窗玻璃还采用了增厚技术，对于隔绝噪音和保持车内温度有很大帮助，为车内人员营造出安静而优雅的驾乘空间。

不仅如此，新 CC 还配备了大面积全景天窗。达到 1/2 车顶面积的天窗设计，不仅入射光线更舒适，还阻隔了紫外线和热量，使得全车乘客都可享受阳光沐浴。同时，天窗还可以实现三级上翘，以得到更好的车内通风，不会影响新 CC 优美的顶部曲线。

豪华内饰 彰显品质

除去华丽的外表，新 CC 的内饰也同样让人赞叹。包裹性更好的双色座椅、三幅式多功能运动化方向盘、真皮材质和无处不在的金属饰条营造出运动感十足的车内环境，彰显出新 CC 一贯精致的细节做工。根据车身颜色而搭配的黑白双色、棕色内饰，为消费者提供更多选择，满足了个性化的需求。

进入车内，大气优雅的座椅布局让驾乘者感受到新 CC 的豪华舒适。其中，1.8TSI 和 2.0TSI 车型采用了五座设计，后排可折叠的中央扶手不仅为后排乘客带来舒适的乘车感受，也可以收起中央扶手而成为车内第五位乘客的舒适座位。而 3.0 V6 旗舰型则使用了更加独特的专属四座布局，后排两席宽大的真皮座椅更显尊贵豪华。

细节方面，新 CC 的仪表盘配色合理，显示清晰，层次分明，视觉效果良好；石英钟在整洁大方的中控台衬托下，贵气十足，处处散发着豪华感；真彩高分辨率行车电脑显示屏，信息丰富，色彩艳丽，并且配有动画设计菜单，使得行车信息更加生动直观，提升了车辆的档次。值得一提的是，新 CC 的夜间氛围灯为用户打造了静谧优雅的夜间驾乘环境，开启车内灯光，柔和的氛围灯渐渐亮起，新 CC 独有的优雅油然而生。

高端配置 摩登生活

最先进的科技配置才是驾驭新 CC 时感受到时尚生活的点睛之笔。一系列丰富而人性化的电子科技配置无不彰显时尚与科技的完美结合。Easy Open 行李箱自动感应开启系统最大程度方便了使用者取放物品，完全解放双手。同样，钥匙感知系统，可以准确判断钥匙的位置，防止钥匙被遗忘，彻底避免了钥匙被锁在车内的尴尬。

不仅如此，新 CC 还配备 Vienna、Nappa、Alcantara 等多种材质座椅，皮质柔软，细腻触感，能通过更好的侧翼支撑，保证良好的包裹性。这款座椅除了拥有 12 向电动调节，带记忆、加热功能之外，还增加了座椅通风功能，极大的提高了乘坐舒适性。

值得一提的是，新 CC 还配备了国际顶级发烧音响品牌——丹拿音响系统。丹拿音响来自丹麦，除了扬声器单体的设计和制造外，丹拿涉足的汽车音响同样拥有极高的品牌美誉度。天籁之音为驾乘之旅带来了无与伦比的愉悦感受。总体来看，新 CC 不仅以其精致华美的外观和气质征服了驾乘者的心，同时不俗的动力表现和一系列科技智能装备也为驾乘者带来了非凡体验。驾驶新 CC，感受时尚生活，演绎精彩摩登秀。（赵昊辰）

陈德安：传播赛车文化既是使命更是责任

日前，2014CRC 张掖站落下帷幕。赛场上，凭借出色的发挥与精妙的配合，一汽-大众车队豪取四冠，成为该站的最大赢家。赛场外，不论是干净整洁的休息区还是近 150 名车迷组成的助威团，每个细节都让一汽-大众成为了张掖站上那一抹靓丽的色彩。

“我们车队在张掖不仅收获了奖杯，还收获了支持与鼓舞。有那么多车迷专门为我们而来，为我们加油，让我们非常感动！”一汽-大众车队首席车手兼经理陈德安在赛后动情地说道，“车队能有现在的发展和成绩，与一汽-大众对我们车队长期的支持密不可分。今天的成绩说明这么多年的坚持都值得了！”

众所周知，作为国内最早参与汽车运动的中国车企，一汽-大众与 CRC 有着不解之缘。从 1999 年捷达 GTX 正式注册为国际 N 组比赛用车，到现在如今第七代高尔夫赛车驰骋赛场；从陈德安、李国静等国内车手征战国家队两驱杯到克里斯·阿特金森以绝对优势斩获四驱冠军，一汽-大众车队始终在健康、快速地发展着。作为一汽-大众车队中的元老，陈德安是喜在眉间，感动在心里。

“我和一汽-大众车队是互相见证的关系，我亲历了它的成长，它促使了我的蜕变。多年以来，一汽-大众在资金、技术和车队工作人员的关怀等方面，都给了车队极大的支持。有



●一汽-大众车队不仅是 CRC 赛场上的豪强劲旅，更是“自我超越”赛车文化的最佳体现。

了这样的支撑，一汽-大众车队日臻壮大。在此过程中，我的角色也发生着变化，从一名职业车手转变为车手兼管理者。”陈德安颇为辩证地表示，“为了能让更多车迷与赛车运动爱好者领略到赛车文化的魅力，这两年一汽-大众又在原有基础上加大了投入。而我很荣幸又多了一个身份，那就是一汽-大众赛车

文化的传播者。”

可以说，一汽-大众车队是一汽-大众赛车品质与赛车文化的最佳体现。在一汽-大众与陈德安的共同努力下，车队也确实做到了这一点。从工作人员的统一服装到干净整洁的车手休息区，从双膝跪地忘我修车的技术人员到坐在车里忍受严寒酷暑、绝不轻言

3 款解放新型展车全部配装锡柴国四机 锡柴奥威 11 升 LNG 发动机璀璨亮相长春汽博会

7 月 11 日-23 日，以“缤纷车展，引领未来”为主题的第十一届中国（长春）国际汽车博览会在长春国际会展中心隆重拉开帷幕，中国车业诸强各携“精兵强将”在美丽车城竞技。锡柴奥威 11 升天然气发动机也随一汽展台璀璨亮相长春国际汽车博览会。

这是一个云集了国内外车业巨头的国际性博览会，此次一汽为主场作战，派出了强大的阵容。一汽解放更是展会面积最大、车型种类最全的商用车展商。其中，高大帅气的重型解放 J6P390 马力 6x4 天然气牵引车、解放 J6P 智能渣土车、一汽解放 J6P350 马力 6x4

水泥搅拌车等最新车型发动机全部匹配的是锡柴奥威系列机型。同时，在解放展台上，锡柴 11 升 LNG 大功率天然气发动机更是吸引了众多车眼球，俨然成为车展上一大亮点。

此次锡柴参展的这款发动机，是锡柴联合一汽技术中心开发出国内最大功率的天然气 CA6SN1—42E5N 发动机后，自主开发的又一款环保大功率天然气发动机。这标志着锡柴在大功率天然气发动机研发水准已逐步接轨国际水平，不仅填补了锡柴 310—375 马力天然气发动机平台的空白，实现了锡柴天然气发动机在 170—420 功率段的全系列覆

盖，更是锡柴落实一汽集团公司新能源战略的全新起点。

作为一汽解放未来发展重要的战略棋子之一，J6P 解放天然气重卡是一汽中重型车体系发展战略的希望所在，与解放 J6P 重卡匹配的锡柴奥威 11 升 CA6SM2 系列发动机秉承了品质全面提升、凸现产品价值的理念和细分市场的特点，具有技术领先、经济性优、低碳排放、可靠耐用等特点，功率覆盖范围 310—375 马力，最大扭矩达 1450—1650N.m，采用比柴油经济、环保的天然气为燃料，排放达到了国五标准。特别是通过

对缸盖、活塞环、气门、气门座圈摩擦副、阀杆密封等专用件的重新设计，达到了高安全指数，最大限度保证用气安全，同时具有国际水平的运动件摩擦副保证了低机油耗；燃气系统先进，采用稀薄燃烧技术，吸入更多空气，燃烧效率更高，气耗更低。通过标定，百公里节省燃料成本 30% 以上；相比同功率的柴油机，一氧化碳排放降低 90%，二氧化碳降低 20%，碳氢化合物降低 60%，氮氧化物降低 60%；不产生积碳，不稀释润滑油，能有效降低零部件磨损，能承受较强热负荷，延长发动机寿命。

锡柴是国内最早进行天然气发动机开发的厂家之一，截至目前，锡柴研发团队已成功开发出了“低碳、环保”的锡柴 7.1L、7.7L、8.6L、11L、13L 等 5 个系列平台的天然气发动机，功率范围覆盖 170 马力到 420 马力，逐步建立起了锡柴完全自主知识产权的天然气发动机研究平台，形成了锡柴天然气发动机自主开发的强大能力。锡柴天然气发动机以其节能、环保的突出优势，不仅为“绿色公交”插上翅膀，更成为解放天然气重卡的核心动力。（陈赓）