

中国自主品牌汽车份额下降亟待突围

就在全球最大汽车市场加速成长之际，中国自主品牌汽车的市场份额却下降明显。

中国汽车工业协会日前发布数据，2014年中国汽车产销量双双突破2300万辆，连续第六年位居全球第一。其中，自主品牌乘用车共销售757.33万辆，占乘用车销售总量的38.44%，比上年同期下降2.14个百分点。

在汽车行业分析师张志勇看来，自主品牌的市场份额下降并非事出突然。

2008年全球金融危机之后，中国政府在汽车行业出台了“汽车下乡”、小排量汽车购置税减免等政策。在利好政策刺激下，自主品牌迎来市场高峰。

“这种市场繁荣显然不是理性的。自从中国政府相关汽车产业刺激政策退出之后，自主品牌的市场份额就开始显露增长疲态，再加上新的消极外部因素出现，本土车企自然会受到沉重打击。”张志勇说。

刚刚过去的2014年间，中国自主品牌汽车在国内受到市场份额下降，外资品牌向经济型轿车领域延伸，天津、杭州、深圳等地接连颁布限行限购政策等多重挑战。

锡柴成立企业技术研究院

日前，经江苏无锡市教育局批准，锡柴成立了“一汽解放汽车有限公司无锡柴油机厂发动机技术研究院”。

根据无锡市政府《关于深化市科技创新与产业升级引导资金管理意见》和《无锡市科技发展资金管理办法》、《无锡市科技成果转化（贷款贴息）资金管理办法》以及《无锡市科技研发（设计）机构资助资金管理办法》的规定，锡柴厂进行了企业技术研究院的申报，经专家评审、现场考查、项目答辩和综合评审，锡柴厂在经济实力、研发投入、基础设施、研发体系、科研队伍、研发成果等方面表现突出，经无锡市教育局批准成立了“一汽解放汽车有限公司无锡柴油机厂发动机技术研究院”。

锡柴厂成立企业技术研究院将大大增强研发实力，在技术储备、人才储备和研发基础设施建设上形成核心竞争力。

(谈丽英)



高性价比之王——新款中华V5自动挡直降2万

日前，中华汽车传出消息称，素有悦享座驾之称的中华新V5重磅回馈消费者，官方直降2万，指导价8.98万起。对于持币观望的消费者来说，这是绝佳的购车时机。媒体预测，中华新V5的销量将在2015年迎来井喷。

中华新V5秉承了中华品牌家族风格，进气格栅采用镀铬与亚光灰相结合，层次分明、立体感更强；刀锋形前大灯与立体式前格栅相结合，使整车轮廓更加优雅大气。中华新V5战斧轮毂采用双五辐设计，精车亮面工艺，时尚动感呼之欲出。毫无疑问，升级后的中华新V5顺应了国际流行的SUV轿车化趋势，将经典与时尚完美结合，藏不住的运动风尚席卷而来。

如果说外观的升级增加了中华新V5的观赏性，那么围绕着中华新V5而进行的四大升级五项增配，更是吸引了大批消费者，将中华新V5誉为“性价比之王”。中华新V5搭载了华晨自主研发的一体轻量化涡轮增压发动机——BM15TB发动机，动力提升10%，最大功率由100Kw提升至110Kw，最大扭矩由200Nm提升至220Nm。这意味着它能提供更澎湃的动力体验，同时能更轻松地对各种复杂的地形和路况。

当然，中华汽车对于这款城市SUV的升级并不止于此，中华新V5在装备方面的升级同样精益求精。全系标配6.5寸中控彩色多媒体系统、车载蓝牙；升级皮质座椅，增加后排中央扶手，提高乘坐舒适度，更显档次；全系标配米其林轮胎，被消费者纷纷点赞，成为“业界良心”典范。

技术方面，中华新V5对行车电脑功能进行优化，显示信息丰富全面，数据读取简洁明了；手动空调升级为电动空调，操作方便。另外，中华新V5对NVH性能进行提升，行车噪音得到有效抑制，营造的车内环境怎一个静字了得！

在城市SUV领域，中华新V5在造型、动力、装备及技术方面的至臻升级，整车性能空前提升，加之亲民的售价，“性价比之王”非其莫属！

(曹红梅)

圳等地接连颁布限行限购政策等多重挑战。

深圳一位自主品牌经销商坦言，2014年末深圳开始限购，购车资格的稀缺性将让消费者往往选择一步到位，购买他们心目中更好的车，而自主品牌在消费者心目中的形象难以在短期扭转，“我们非常担心当地的市场。”该经销商说。

令人担忧的还有中国品牌汽车出口情况。中国自主品牌车企曾经采取的“堤内损失堤外补”的出口策略正在面临巨大挑战。受出口目的地市场竞争加剧，人民币汇率上升，以及主要市场国税收政策变化和货币贬值等多重因素影响，2014年中国汽车出口91万辆，同比下降6.8%。中国汽车工业协会预计2015年中国汽车出口将继续呈现下滑态度。

分析人士指出，经过十多年发展，自主品牌汽车发展已取得巨大进步，但目前内外交困现状折射“汽车强国”之路依旧任重道远，中国自主品牌汽车亟待提高品牌竞争力。

拼了！刘汉如亲自抓销售 华菱2015要强攻市场



●华菱星马集团董事长刘汉如

1月18日，华菱召开了前10强重卡企业最后一个年会。好饭不怕晚，这次年会虽召开较晚，但效果不错，经销商普遍认为“华菱2015年增长30%-40%”这一目标能够轻松实现。可以说，这次会议为华菱的2015年开了个好头。

为何经销商能信心十足？因为，华菱星马集团董事长刘汉如在会上表示，2015年他将亲自分管销售，经销商有问题可以直接找他。华菱将倾尽全力，帮助经销商开拓市场和赢得用户。“前些年，华菱一直

目前中国主要整车企业已经建立起比较完整的技术研发体系，产品水平和品质也取得不断进步和提升。全球权威汽车评测机构J.D.POWER亚太公司发布的《2013年中国新车质量研究报告》显示，自主品牌乘用车新车质量已缩小与外国品牌的差距，相当于外国品牌2010年的水平。同时，越来越多的自主品牌乘用车C-NCAP(中国新车碰撞评价)的测试成绩也在近年来达到五星级的水平，安全水平已不亚于合资品牌乘用车。

“但自主品牌目前在中国市场的价格与品质明显不匹配，其中的原因在于自主品牌品牌形象受到过去的影响而难以在短时期内获得认可。”张志勇说。

对于自主品牌汽车的出路，中国汽车工业协会秘书长董扬表示，各家企业还是要“苦练内功”，提高自主创新能力，加快品牌建设和企业转型升级。

目前，一些中国自主品牌车企正在调整战略布局。2014年4月份的北京车展上，吉利控股集团宣布了品牌重组计划，该公司将

把旗下三个单独的品牌整合为单一的吉利品牌。此举基本上逆转了该公司在2009年做出的走多品牌路线的决定。

另一家中国知名本土车企奇瑞在更早的时间宣布了削减车型的计划，将现有产品逐步精减并形成由11-12款产品组成的产品型谱。

奇瑞汽车董事长尹同跃表示，转型后的企业运营已进入良性循环，2014年奇瑞汽车国内全年总销量353091辆，同比增长16.2%，在国内自主品牌销量和市场占有率持续下滑的大背景下，实现逆势增长，“这折射出奇瑞自主研发成果得到消费者认可，也证明了公司实施战略转型的正确性并且转型已取得积极成果”。

在汽车行业从业近40年的江淮汽车前董事长左延安认为，中国仍然缺乏汽车工业发展战略的“顶层设计”，亟须在国家战略的高度的政策资源支持，“同时消费者对于品牌的认知相对固化，改变这种思维定式是需要时间的。”

(詹婷婷)

鼓励经销商销售国三车辆；而且年底华菱不压库，没有储备大量的国三车型；另外，就是金融支持力度不够大。不过，这里还有一个最为关键的因素，就是刘汉如与其管理团队，把大量的精力都放在了其自制的动力系统——汉马发动机、变速箱和车桥。作为一个没有任何发动机制造经验的整车企业，其处女作自然会占用华菱大量的资源。

汉马动力系统上市两年多，已经可以自己走路。因此，这将为华菱释放大量的资源，特别是管理团队的精力。2015年，无论是刘汉如本人，还是其管理团队，包括销售人员，都可以集中精力开拓整车市场。不但从汉马动力上会释放很多资源，而且，华菱还举全集团之力来促进市场。比如，金融政策会比之前都更给力，首付更低，给予贷款的车辆也更多；装配汉马动力系统的车型大幅降价；售后维修政策中，大量延长售后的时间和里程，增加很多易损件的保修等等。

另外，刘汉如还提出了华菱2015年建设“一路一带”的想法：一路就是丝绸之路沿线，主要是西北市场，主攻工程车和水泥搅拌机；一带就是沿海一带，包括上海、天津、宁波、厦门和深圳等港口，主攻牵引车。

(姚蔚)

华晨宝马插电 530i上市

1月15日，BMW品牌旗下首款插电式混合动力商务轿车——530Le中国正式上市，售价69.86万元。

用户购买530Le后将拥有充电墙盒、家庭充电、公共充电和经销商充电这四种充电方式。目前所有宝马4S店都已安装了充电桩，车主可以将车开到附近的经销商处充电。未来，宝马还将提供即到即充、短期停车充电位和长期停车充电位。

新车搭载了一台N20 2.0T发动机，最大功率为160kW，最大扭矩为310Nm。同时，还有一台最大功率为70kW，最大扭矩为250Nm的电动机，这台电动机的蓄



电池容量为40Ah，电机输出能力为11.4kWh。纯电行驶时，新车的最高速为120km/h，续航里程为58km。

(李沐航 文/图)

产品目录瘦身 汽车业探路退出机制

岁末年初，工信部相继对《节能与新能源汽车示范推广应用工程推荐车型目录（第64批）》（下称《推荐目录车型》）以及《车辆生产企业及产品公告》（下称《公告》）进行清理。包括东风、奇瑞、浙江豪情（吉利）等在内的20家车企64款新能源汽车产品已被排除在《推荐目录车型》之外，累计757家国内车企旗下超4万款产品（包括整车和底盘）目录被撤销，自2014年12月31日起停止生产销售。

这是工信部首次发布清理《推荐目录车型》的公告，大部分为客、货等商用车，以及垃圾运输车等专用车，占撤销产品总数的86%，其余产品则为纯电动轿车；《公告》则是工信部有史以来最大规模的汽车产品目录撤销公告，涵盖了国内绝大多数车企，撤销产品包括客车、货车、环卫车、运输车、校车等多类整车及底盘。

业内人士认为，工信部此次大力度清理汽车生产目录旨在清理长期产量极低甚至零生产的车型，以及不符合《公告》要求的汽车产品，并为落实此前关于汽车行业实行退出机制探路。

技术升级淘汰

工信部发布的文件指出：“不符合节能与新能源汽车示范推广应用工程推荐车型技术要求，自发布之日起撤销其《推荐目录车型》。”奇瑞、浙江豪情（吉利）、天津清源电

动车赫然在列。

“被撤销主要是因为电池技术的问题，也有一些产品被撤销是因为企业没有准备量产，对技术新标准没有做更新、维护。”一位知情人士向《华夏时报》记者透露：“以前的目录把所有电池技术类型的新能源车都囊括进去。现在铅酸电池被淘汰，主要推广锂电池。”

工信部政策产业司司长冯飞称，清理《推荐目录车型》是基于节能、环保、安全、防盗等指标的一个动态监管方式。有一些是已经撤出的产品公告，在目录之中已经进行了撤除。新目录并非针对某些产品特意推出。

一些企业也早有应对，比如奇瑞。“目录中被撤销车型技术早已被我们淘汰，对目前在售的电动车没有影响。”奇瑞新能源汽车技术有限公司（下称奇瑞新能源）总经理刘心文告诉记者：“2014年，奇瑞新能源汽车累积销售了9000多辆。”奇瑞新能源官方信息显示，奇瑞目前在售的两款电动车型eQ和QQ3EV分别采用锂电池和硅元电池。

上述知情人士透露，被撤销《推荐目录车型》并不意味着这些产品将退出市场，上牌资质等被取消，只是国家不再推荐购买此类产品。

销的汽车生产企业及产品予以公告。”这一次，汽车目录清理的范围更广。

“这次在目录中撤销的部分汽车产品依据主要是2015年1月1日开始实行的‘国IV排放标准’，产品目录中不符合标准的产品就需撤掉。”冯飞表示。

退出机制试水

一直以来，工信部定期发布进入目录的车型，而发布撤销目录的尚属首次（企业自动撤销目录的除外）。对此，外界解读为国家在新能源汽车推广上，对企业产品的要求越来越严格，而且更加灵活，“有进有退，促进市场竞争”将成为新常态。

这并不是空穴来风。此前，北京市曾发布新能源汽车产品退出机制，工信部副部长苏波也曾公开表示，要对新能源试点应用城市的业绩进行考评，完成好的示范城市继续支持，完成不好的从推广城市名单中剔除，替补表现积极的城市。

而且，政府对新能源汽车的补贴政策也设置了退坡机制。日前，财政部、工信部等四部委联合发布《关于公开征求2016-2020年新能源汽车推广应用财政支持政策意见的通知》明确规定，2017年纯电动汽车、插电式混合动力汽车补助标准在2016年基础上下降10%；2019年补助标准在2017年基础上再下降10%。

玉柴首批欧VI柴油机即将投放北京市场

近日，北京公交集团2014年公交车发动机采购招标落下帷幕，广西玉柴机器股份有限公司获得587台国5燃气发动机和48台欧VI柴油机订单。这是玉柴取得的首批欧VI发动机订单，也是我国首批即将投放市场的国产欧VI发动机订单，标志着我国国产欧VI发动机成功实现市场化。

为更好地服务首都的环保事业，玉柴此次携带了自主研发的重型发动机战略产品，并全部中标。其中，玉柴欧VI柴油机为全国首批，是此次欧VI发动机中标厂家中唯一的国产动力。欧VI发动机投放市场，意味着玉柴排放控制技术已赶上国际先进水平，持续引领国内行业的排放升级潮流。此外，玉柴产的YC6K13N国5燃气发动机首次配套客车，进一步丰富了玉柴重型发动机在客车市场的配套型谱，大大提升了玉柴发动机在客车市场的影响力。

此次北京公交集团招标，是继2012年以来第二次大批量更新采购燃气发动机，也是首次采用欧VI柴油发动机。玉柴两次中标发动机数量接近1700台，占到北京公交集团两次招标总数的35%，在燃气客车动力订单上位列发动机厂家之首。一直以来，进口发动机在北京公交占据很大的市场份额，玉柴作为国内发动机行业的排头兵和国产动力的代表，在北京公交集团历年的招标中都获得了不俗的成绩，国3、国4、国5产品包括燃气机直至欧VI产品在全国范围内的首次批量应用都是在北京公交。

发动机排放升级涉及发动机电控技术、燃烧与性能、排放控制等发动机核心技术。此次欧VI发动机投放市场，是在2011年研发出中国首台达标欧VI排放标准的柴油机样机之后，玉柴再次攻克了欧VI发动机的油耗和耐久性等技术难题，进一步提升了中国发动机行业的技术水平，朝世界一流的柴油机研发、生产、制造强国再迈进一步。随着我国机动车排放要求的提高，这些技术将广泛应用于城市公交、长途客车等诸多领域，减少空气污染，造福普通百姓。（颜昌雄）

上汽依维柯红岩荣获“2014用户最满意商用车品牌”称号

1月11日，在“2014商用车界年度盛典”上“2014中国商用车品牌用户满意度问卷调查”结果正式揭晓，这是由国内数万用户为自己满意的商用车品牌投出的宝贵一票，再次选出了自己心目中的商用车品牌。上汽依维柯红岩商用车有限公司凭借“同步欧洲”的过硬产品品质和良好用户口碑，获得主办方颁发的“2014用户最满意商用车品牌”称号。

(莉莉)

