

魏建军:从未放弃轿车,持续推进高端 SUV

魏建军表示:从来没有放弃轿车业务,也没有停止过轿车生产。轿车项目与公司聚焦 SUV 战略并不矛盾。

当被问到“经销商满意度排名哈弗第一,有哪些经销商管理经验”时,魏建军骄傲地表示:不仅仅是经销商满意度,我们的供应商满意度也很高。

在长城汽车第 5 届科技节开幕式上,长城汽车董事长魏建军对于长城汽车未来的产品战略做出了详细的解读,并就发力轿车及新能源项目、聚焦 SUV 战略成果,以及经销商满意度等业界关注的问题回答了媒体提问。

轿车项目与聚焦 SUV 战略并不矛盾

魏建军首先解释了举办科技节的意义。他表示,“工业 4.0”正迅猛推进,作为自主汽车企业,只有建立了核心技术创新能力,才能建立产品的竞争力。长城绝大部分产品都是由我们主导设计研发的,具备多达几十个工艺,这与其他汽车厂的模式有着质的不同。

举办科技节,是长城根据战略、商业模式等方面需要,避免垂直整合带来的技术落后、忽视用户需求等劣势,向用户展现长城研发的能力,体现长城对技术创新的尊重。

魏建军还表示,长城上半年销售收入增长 30%,利润增长 20%以上,这也得益于长城不断关注技术,关注人才培养。全年销量目标是 85 万辆,上半年销量为 41 万辆,并



●长城汽车董事长魏建军

未达到预期,但是从整个行业来看,成绩是非常优秀的。

在回答重新发力轿车并选择新能源作为突破口的原因时,魏建军表示,长城从来没有放弃轿车业务,也没有停止过轿车生产。轿车项目与公司聚焦 SUV 战略并不矛盾。之前由于精力有限,暂时更关注 SUV,而在哈弗 SUV 取得阶段性成果之后,长城已经可以腾出手来继续发展 轿车业务,扩大技术中心和研发投入,将产品线扩充为传统汽车加新能源汽车。

轿车纯电动 SUV 插电式混动

魏建军透露,长城新能源发展的基本方向是:在轿车方面发展纯电动汽车及 48V-BSG(轻混),在 SUV 方面应用插电式混合动力技术。长城汽车尽可能地接近市场,满足用户需求。

一般 SUV 产品都比较大重、比较大,成本也高,所以在 SUV 插电式混合动力方面能创造更大的商品价值;而在纯电动车方面,将关注更轻量化的设计,有利于被消费者更好地接受。

在轿车项目上,除现有长城 C30、长城 C50 等主力车型外,从 9 月份开始,长城汽车将陆续推出换代、改款以及新车型,

并将于 2016 年推出纯电动轿车。在插电式混合动力 SUV 方面,以 EAD 混合动力模式为基础的哈弗 SUV 预计 2017 年上市。

需求经销商、供应商利益共赢

对于长城 20 万以上高端 SUV 的发展策略,魏建军回答:20 万的价格对于 SUV 本身来讲实在是不高。如果我们 做 20 万的 SUV 感到成本存在压力的话,其他自主品牌做肯定压力更大。从战略上,一定要挑战高端 SUV,对于汽车发展而言,不能总定位低端。从产品角度,哈弗高端 SUV 的性价比非常高。

魏建军指出,目前销量没达预期主要原因有两点,一是错过了最佳上市时间,这也与我国汽车竞争和经济新常态有 关;二是哈弗品牌支撑力不足,这是关键问题。“我不相信我们的车比别人的差,甚至我们的技术更先进,用料品质更高。这说明品牌价值的重要性,用过哈弗的用户对我们车的评价都很高。”

当被问到“经销商满意度排名哈弗第一,有哪些经销商管理经验”时,魏建军骄傲地表示:不仅仅是经销商满意度,我们的供应商满意度也很高。

“其实,我们对于经销商的管理是极为苛刻的。但是我们提倡‘双赢’,通过引导方式,合作方式‘下任务’。”魏建军说。“与经销商,乃至供应商,都能做到即时沟通。保持每年至少 4 次的沟通频率。” (王婵)



大器商旅 通达天下 全新阁瑞斯开启卓越商务品质之旅

8 月 25 日,全新阁瑞斯卓越商务品质之旅,即将到来的夏季达沃斯会议主办地大连完美收官。阳光海滨、繁华都市……在这样一座浪漫而时尚的城市,全新阁瑞斯以至臻品质带您在清爽的海风中感受完美商务的驾乘体验,在碧海蓝天中留下最激情的瞬间。

倾情官降 雷霆出击

“高度决定视野,角度改变观念,尺度把握人生”,央视的这句广告语仿佛是为本次全新阁瑞斯商务品质之旅完美代言。

从商用车到商务车的跨越,是金杯品牌在时代发展洪流中的一次华丽转身,而数以百万的消费者之所以选择金杯,更是看重这一拥有 26 年历史品牌所激发出的质感与积淀。卓越的背后,更有金杯品牌的诚意奉献,追求品质的金杯尤其注重为国人营造用车的人文关怀。今日起,金杯品牌又重磅推出一项利好政策——全新阁瑞斯 2.4 系列雷霆出击,官方直降最高 2.4 万元,仅 12.38 万起售。

卓越商务 品质升级

振奋人心的价格足以表达出华晨汽车金杯品牌对消费者的倾情回馈,而试驾的启动号角再次激发出这段品质之旅的精彩纷呈。华晨集团相关工作人员特别为来宾介绍了金杯品牌的精彩历程及全新阁瑞斯的卓越品质,简明生动的阐述,让大家对这款有了进一步的认识,都迫不及待地要亲自体验一番了。

试驾队伍从棒棰岛出发,途径星海广场、大连国际会议中心等大连知名地标,从不同角度诠释出拥有国际时尚和浪漫活力之美誉的这座城市与全新阁瑞斯的惺惺相惜。

人文地标,开启不同凡响的城市记忆。从棒棰岛行至亚洲最大的广场—星海广场,沿着海岸公路前行,伴随高端商务车全新阁瑞斯,收尽大连惊目光,背倚都市,面临海洋。行走在旅途中,当然不能只是美丽风景的匆匆过客,途中全新阁瑞斯大气、时尚、稳重而又令人心动的造型设计与颇具质感的大连相得益彰,而在感叹大自然鬼斧神工的同时,还能畅享全新阁瑞斯卓越商务的驾乘体验。

国际商务,展示未来格局的颠覆预示。和拥有丰厚底蕴的大连一样,全新阁瑞斯经历了不同的蜕变和创新,给人以稳重大气、质感强烈的感觉。坐落在有着“钻石港湾”之称的大连国际会议中心,也是夏季达沃斯会议中国区主会场,全新阁瑞斯高端商务气息与这座世界一流的国际会议中心相辉映,雅致静谧的商务静音处理为驾乘人员提供巅峰思考的绝佳环境,更加彰显出其纯正的商务静体验。

在华晨与国际知名公司的多年精诚合作中,金杯品牌也因此受益匪浅,按照宝马标准实施的质量控制流程 PPQ1-10,使这一拥有纯正丰田血统以及高端商务品质的全新阁瑞斯从研发到出品,全方位地保障了整车品质;通过与德国保时捷公司合作,全新阁瑞斯底盘进行了全新调校,实现“刚柔并济”,全面提升了底盘性能,使驾乘者全面、细致地体验到拥有超凡魅力的全新阁瑞斯所带来的极致驾驭乐趣。

此次试驾活动,不仅完美诠释了全新阁瑞斯“卓越商务”的产品理念,更是一次对金杯品牌“焕然一新”的品质体验。 (曹红梅)



红岩“双杰”即将全面上市

继全新杰狮、红岩杰卡在 2015 年上海国际车展、2015 年重庆国际车展先后亮相之后,记者近日获悉,上汽依维柯红岩定位中高端高效物流运输的全新杰狮系列产品和定位中短途、轻量化、多用途的红岩杰卡 6x2 牵引车即将于 9 月 19 日在重庆隆重上市。

据悉,新一代中高端物流运输旗舰产品——全新杰狮不仅在产品人机工程、安全可靠、经济高效、环保智能等方面有了较大突破,而且在其外观上也进行了全面升级。

即将上市的红岩杰卡是上汽依维柯红岩秉承同步欧洲的重卡研发技术,结合中国道路物流运输实际,继红岩杰狮、红岩新金刚之后全新推出的又一整车平台。该品系产品不仅沿袭了红岩重卡的经典造型,更是在整车轻量化设计方面有着较多创新设计与成功应用,具有低自重、低油耗、低噪音、高舒适、高安全、高效率等显著特点,是一款具有广阔前景的中短途运输利器。

“红岩双杰”的全面上市,将进一步丰富上汽依维柯红岩产品型谱,提升产品市场竞争能力,为用户提供更多、更好选择,有力促进企业核心竞争能力的进一步增强。 (钟睿)

从小车之都到豪车福地 探寻西部汽车消费增长版图

9 月 4 日,2015 年(第十八届)成都国际车展开幕,将人们的眼光吸引到了西部。

在本届车展上,各车企都吹响进攻的号角,踩下油门全力冲刺。全球车企巨头更是集体出击。奔驰以 2400 平方米的展出面积参展,显示出对这一区域市场的重视,宝马、奥迪、捷豹路虎、英菲尼迪等豪华车企的中国掌门人们也都亲自到场,轮番上阵,现场“推销”。

豪华车企倾力出击,看重的是销量高速增长西部市场对于车市销量增速放缓的风险抵御能力。

来自中国汽车工业协会的统计显示,今年 1~7 月,豪华车市场销量增速仅为 3.5%。在去年上半年,这一增速为 27.5%。1~7 月乘用车销量增幅低于 4%,仅 7 月,乘用车销量环比连续 4 个月下降,同比降幅超预期。

面对骤然降温的市场,各大车企在快速调整市场和产品营销策略的同时,不断搜寻中国车市区域增长的新版图。

一方面,过去 10 年间,山东、广东、江苏、河北和浙江等汽车消费及新车上牌量位于国内前列的省市,随着汽车保有量趋于饱和,以及交通拥堵、空气污染等负面效应不断积聚带来的限行或限购后果,消费增速也在放缓。

另一方面,与居民消费能力密切相关的 GDP 增长指数显示,上半年,重庆、贵州、天津 GDP 增速位列前三,重庆达到全国最高增速 11%。四川、云南、新疆等西部省区的 GDP 增速也都高于全国平均增速。

因此,四川、重庆、贵州、云南等西部省市不断扩大市场规模,取代了长三角、珠三角等区域,成为以少数城市为核心的西部消费增长带。

数据显示,2014 年,四川新车上牌量增长 25%;重庆新车上牌量增长 38%。2011 年~2014 年,西安机动车保有量增长了 100 万辆;在云南,帕萨特等 B 级车销量排名靠前,显现出旺盛的消费升级特点。

来自国家信息中心的数据显示,中西部省市的汽车市场份额以每年两到三个百分点的速度提升,预计到 2020 年,重庆、成都和武汉等中西部省市核心城市将占据 50%以上的汽车市场份额。新的汽车消费版图逐渐清晰。

市场在哪儿,生产就在哪儿——这是汽车行业通行的“贴近”原则。在市场高增长的刺激下,车企“一路向西”的驱动力更为强劲。

来自重庆和成都的工业经济运行数据显示,两地累计汽车整车产能达到 334 万辆,这意味着全国每 7 辆车中就有一辆产自这两大西部中心城市。由此可以看出,西部城市在汽车生产基地中的支撑作用日益明显。

在主流汽车企业中,上海大众第六工厂已经落户新疆,华晨汽车的新工厂选址绵阳,沃尔沃和吉利、一汽-大众也在成都建立了生产基地。长安集团、力帆汽车集团则一直植根于重庆。不久前,现代汽车也在重庆建设了新的生产基地。

汽车巨头的产能新布局,标志着自东向西的格局变迁,也将西部推向了新的战略高地。 (祝贺)

中华新 V5 融入“混血”基因 实力不容小觑

在 SUV 市场中,中华新 V5 一直是年轻消费者青睐有加的一款车型,不仅因其时尚动感又不失硬朗的造型迎合了大部分年轻人的审美,更因它的强劲动力表现深得人心。据获悉,目前中华新 V5 售价仅 8.98 万起,目不少消费者进店试乘试驾。

中华新 V5 自上市以来一直有着良好的市场表现,这与其动感时尚的外观造型密不可分。中华新 V5 是华晨中华旗下的首款都市高性能 SUV,整体造型继承了中华品牌基因,线条优雅、轮廓饱满、车身轻盈,有着极具冲击性的视觉体验,顺应了国际流行的 SUV 轿车化趋势,将经典与时尚完美结合,运动风尚展现无遗。虽然有人认为中华新 V5 的细节处理与宝马 X1 有相似之处,但作为以德国宝马制造标准体系、品质控制标准生产的中华新 V5 带

有德式基因也属于正常,不过值得肯定的是,中华新 V5 的德系风范的确为大家带来了动感而时尚,优雅又奔放的非凡感受。

如果说中华新 V5 的高颜值是吸引众人目光的第一要素,那么它的超强动力则是深度吸引的杀手锏。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,其卓越、澎湃的动力系统以超越者的姿态给消费者带来前所未有的震撼、畅意体验。这款发动机的涡轮增压器由世界知名供应商“霍尼韦尔”提供,后管路采用“D.S”设计,有效地提高了增压器响应时间。高性能的涡轮增压器使 T 动力发动机拥有更高的进气量,提高燃烧效率,发动机的功率和扭矩也得到大幅提升:升级版 BM 15TB 发动机的输出功率达到

了 110kw/5500-6000rpm 的水平,表现十分抢眼。扭矩平台更是从 2000rpm 持续转速至 4500rpm,最大输出 220Nm 的扭矩峰值。这意味着它能提供更澎湃的动力体验,同时能更轻松地应对各种复杂的地形和路况。华晨中华的工程师在着手提高 T 动力发动机输出的同时,兼顾了燃油经济性和排放标准的考虑,使中华新 V5 百公里油耗仅为 7.3L 或 7.6L,在绿色环保、节能减排等诸多方面均有突出表现。

对于中华品牌而言,中华新 V5 是其精品造车的代表之作,得益于与宝马的多年合作,中德的深度“混血”也让中华新 V5 的品质得到最大保障。如果你想入手一款价钱适中、驾乘舒适、操控灵巧的 SUV,有着浓厚德系品质的中华 V5 绝对是个不错的选择。 (曹红梅)

遭遇车市寒冬 一汽中期“滑铁卢”



一汽轿车上半年净利润同比减少近五成,一汽夏利上半年净利润亏损高达 5.4 亿元,一汽-大众上半年销量与去年同期相比下滑 11.3%……

随着原董事长徐建一被“双开”,一汽反腐风暴似乎落幕。然而,管理层动荡未稳之时,又遭遇车市寒冬,一汽集团旗下的自主及合资企业均大幅下滑,这一被视为“共和国长子”的汽车行业巨头,“老大”地位正受到来自多方的挑战。

集团旗下企业整体业绩下滑

上半年,一汽旗下整车企业可谓“哀鸿遍野”。以在 A 股上市的两家自主品牌车企为例,一汽轿车 8 月 28 日晚间公布的 2015 年半年报,报告期内净利润 1.64 亿元,同比减少 48%,整车销售 12.08 万辆,较上年同期减少 11.60%。

另一家被戴上“帽子”的一汽夏利形势更为危急:连续两年亏损被 ST 处理,如果今年不能扭亏将暂停交易。然而夏利公布的半年报显示其已站在悬崖边上:上半年归属于上市公司股东的净利润-5.37 亿元,同比下滑 23.36%。自主品牌业绩不乐观,一汽系合资品牌 2015 年上半年的表现也颇为尴尬。一汽-大众官方公布的数据,上半年一汽-大众整体销量 80.41 万辆,与去年同期相比下滑 11.3%,其销量在乘用车市场排名第三位,市场份额同比下滑 1.8%-10.2%。作为一汽-大众主要盈利点,奥迪品牌的

销量也在上半年结束了此前连续 20 多个月的增长,5 月份奥迪品牌销量同比下滑 11.0%,6 月份跌幅扩大至 22.1%,导致奥迪上半年销量整体滑坡。如此市场表现引起管理层忧虑,一汽-大众董事会秘书、总经理办公室主任孙国旺更直言不讳地称上半年的“产销成绩”不及格,落后于市场总体水平。

反腐风暴下管理层变动频繁

“今年车市寒流,一汽算是压力比较大的一个企业。”罗兰贝格汽车行业合伙人张君毅告诉《经济参考报》记者,长期以来一汽系的自主品牌一直存在主打车型不畅销,其他产品类型单一薄弱的问题,现在大环境不好的情况下,会更加突出。

与此同时,一汽旗下的合资品牌并没有做到像其他汽车集团的合资品牌那样,站出来一肩扛起创造利润主力的重任。大众系列至今还未从“断轴门”“召回门”等事件的影响中恢复,而奥迪系列受到来自宝马和奔驰不断加剧的竞争。

“除了产品本身的问题,一汽系这几年受到反腐风波的影响是众车企中比较大的。”张君毅说,从最高管往下,一汽这段时间人员变动过大,不稳定性增强。

记者查阅资料发现,一汽系反腐风波始于 2012 年 6 月,彼时一汽-大众销售公司原副总经理静国松因经济问题被吉林省纪检部门带走调查,自此以来,多名一汽高管被调查,直至集团公司原董事长、党委书记徐建一。目前,徐建一已因严重

违纪违法而被“双开”。目前一汽集团已由原东风汽车董事长徐平接手。

在猛烈的反腐攻势下,一汽管理层替换频率明显提速。张君毅表示,管理岗位轮换一直是一汽集团公开的秘密,一汽跨品牌管理人员的流动本来就是国内最大的,由集团对干部来进行统一分配,一个品牌出了问题,另一个品牌的高管会流动过去帮忙。去年因为这些变动“有很多该做的事没做”,以至于现在面对荒凉的车市,暴露出不少问题。

罕见低迷环境 静待需求释放

一汽集团在这一轮车市寒潮中受影响较大,而国内四大汽车集团中的另外三家在这轮下滑中却实现了逆流而上的形势。

多位业内专家告诉记者,排除总体实力最强的上汽,相对而言,长安汽车是四家中上半年市场表现最好的,这一点从其上半年的产销量分别增长 7.24%和 11.02%就能看出。专家认为,这是长安持续投入的结果,他们甚至已经可以挑战一汽。

以商用车为拳头的东风汽车也保持了逆市上升的势头,根据其 2015 年半年报,公司营收虽然同比有所下降,但净利润 2.36 亿元同比增长 93%,可谓形势一片大好。对此,东风汽车表示,收益大幅提升主要是因为轻卡单车收益同比大幅提升,而且新能源汽车市场开拓取得积极成效,实现了销量和收益的大幅提升。

“汽车是周期性行业,没有一个集团能永远称霸,四大集团的表现自然有强有弱。”张君毅说,当前中国车市最大的问题还是断崖式下滑带来的负面影响。即使中国车市确实是进入中低速发展,但如此快速的下跌也不是正常现象。

多位专家分析称,资本市场是汽车消费放缓的“祸首”之一,之前资本市场的狂飙分流了资金,现在又由于资本市场的不稳套牢了很多原本属于汽车市场的消费。随着时间的流逝,这部分需求会逐渐释放,今年“金九银十”的销量是中国车市是否会“给力”的关键。如果消费者信心在接下来的两个月获得释放,所有的整车企业都会因此获利。 (林远)