

“二孩”应声落地 奇瑞捷豹路虎借发现神行破局

独自支撑捷豹路虎国产矩阵的国产揽胜极光终于不再孤单了。

10月29日,奇瑞捷豹路虎第二款国产车型发现神行正式上市,四款配置车型价格区间为36.8万元-51.8万元。而在此之前的今年2月,奇瑞捷豹路虎首款国产车型——国产揽胜极光刚刚推入市场。

8个月时间两款全新车型陆续入市,这样的速度之于一家注册成立仅三年时间,刚刚理顺管理架构、完成生产基地建设的新合资公司而言,着实十分惊人。而从一场规模浩大、别具一格的上市发布会和起步售价下探到30万元区间的“诚意价”中不难看出,在首款国产车型并未如愿获得销量业绩的前提下,国产发现神行上市同时则肩负着奇瑞捷豹路虎的更多期许。

生逢其时

“二孩”政策放开引爆朋友圈的当晚,奇瑞捷豹路虎的“二孩”国产发现神行应声落地。在奇瑞捷豹路虎看来,无论是话题热度还是传播角度,国产发现神行都赶上了个难得的好时机。

事实上,“二孩”政策放开对未来家庭用车数量和空间的需求上涨,所带来的七座SUV和MPV等大空间车型需求提升,才使国产发现神行真正生逢甘露。

中国市场回暖 特斯拉三季度仍亏损

三季度销量回暖的特斯拉并没有摆脱亏损。11月4日,特斯拉发布的2015年三季度财报显示,虽然该公司在三季度营收实现两位数的增长,但净亏损同比出现扩大趋势。在业内看来,研发成本过高、销售投入过大是导致特斯拉亏损的主要原因。

报告显示,特斯拉三季度调整后的总营收为12.4亿美元(不按美国通用会计准则),同比增长仅33%,净亏损为2.3亿美元,去年同期的净亏损为7470万美元。与此同时,特斯拉三季度产量为1.3万辆,略高于特斯拉此前做出的预期。

对于营收、销量上升的原因,特斯拉在财报中表示,三季度全球Model S车型订单较去年同期增长超过50%,在北美、欧洲和亚洲市场上的增速比二季度更快。值得注意的是,特斯拉表示,由于新开了两个零售点,作为新的主要市场,中国三季度Model S车型的订单与二季度相比大幅增长,与此同时,特斯拉预计,随着更多零售点的开放,以及北京、深圳对于新能源车摇号政策的改变,特斯拉将绕过牌照限制,因此中国的订单仍将保持增长。

数据显示,特斯拉前三季度在中国共销售新车3025辆,其中,一季度销售797辆,二季度销售883辆,三季度为1345辆。虽然三季度销量增速较快,但与特斯拉制定的中国市场占全球销售1/3的预期相差甚远。

与此同时,即使营收、销量同比上升,特斯拉也不得不面临三季度净亏损同比扩大200%的局面,有业内人士认为,特斯拉近年来一直亏损是由于自身研发成本过高,以及销售投入过大所导致。

数据显示,特斯拉汽车2015年三季度运营支出为3.63亿美元(不按美国通用会计准则),高于去年同期的2.91亿美元,研发支出为1.79亿美元,高于去年同期的1.36亿美元,销售、总务和行政支出为2.36亿美元,高于去年同期的1.55亿美元。

据了解,自从特斯拉在2013财年一季度实现了公司十年以来的首次季度盈利,随后便陷入连续亏损的状态。数据显示,特斯拉2013年、2014年分别亏损7400万美元、2.94亿美元。

(钱瑜 孙昊天)



据奇瑞捷豹路虎介绍,国产发现神行的HSE版和HSE LUXURY版两款高配置车型中,标配“5+2”座椅,这也使得国产发现神行成为目前主流豪华SUN市场中少有的七座车型。

不仅生逢其时,奇瑞捷豹路虎也更重视后天努力。从第二款国产车型的定价区间来看,进口发现神行与进口揽胜极光官方指导价相差2万元,而国产发现神行与进口揽胜极光的起步售价则相差8万元。这也就意味着,与入市初期起步配置指导价甚至高于彼时进口极光终端优惠价格,达到近乎45万元的国产揽胜极光相比,奇瑞捷豹路虎旗下的第二款国产车型发现神行定价策略回归“务实”。

“第二款国产车型发现神行正式推入市场后,将与此前上市的国产揽胜极光并肩作战,形成错位竞争格局。”奇瑞捷豹路虎总裁百润表示。

国产发现神行到来的同时,捷豹路虎在中国市场的车型阵容也重新梳理。奇瑞捷豹路虎内部人士对记者透露,在国产发现神行上市后,进口发现神行也将逐步淡出市场,留给国产车型更广阔的发展空间。与此同时,在国产发现神行上市之前,原神行者车型也已停产并且不再开启新的“神行者”车型计划。

“9月8日已经进入了批量生产,目前正在做商品的储备。发现神行无论质量数据还

是整车的性能数据,各方面完全达到奇瑞捷豹路虎内部设定的目标。”奇瑞捷豹路虎常务副总裁朱国华介绍。而之于已经开始量产流程并正式上市的国产发现神行,奇瑞捷豹路虎为其设定的到店销售时间却为11月28日。朱国华透露,这近一个月的间隔时间,将为充分的经销商培训和充足的消费群体试驾等准备工作时间。

寻找突破口

不能忘记的是,国产发现神行的上市发布会,亦成为合资公司创立以来首任掌舵手百润与朱国华的“告别仪式”——在此之前,奇瑞捷豹路虎已公开宣布,百、朱二人3年任期将满,将于今年晚些时候分别离任,调往奇瑞和捷豹路虎两大母公司分别就任他职。

“在不到3年时间里,奇瑞捷豹路虎从一个项目组,成长为一个拥有3000多人的团队,我们有了一流的产品设计开发能力和独有的跨部门全职能质量管理体系。”回忆与奇瑞捷豹路虎一起走过的3年,朱国华感触颇深。而在百润看来,已走过“打基础”时期的奇瑞捷豹路虎,在迎来新鲜血液之后,也将进入开足马力的下一个高峰。

不过,在百、朱二人手中接过“接力棒”的新任高管团队,同样将承担带领奇瑞捷豹路虎扭转在华现状的重任。今年9月,捷豹路虎



外国汽车品牌国产化能否赢得好销量

在北京吉普切诺基停产十年之后,Jeep品牌国产汽车卷土重来。11月3日晚,在成都极具野外风情的发布会上,Jeep品牌自由光车型正式以国产身份进军中国市场,欲在火热的SUV市场争得一席之地。

作为中国第一个汽车合资品牌,Jeep品牌起个大早赶个晚集,令人扼腕叹息。1984年,中美合资的北京吉普汽车有限公司正式挂牌经营,但没想到,Jeep品牌国产命途多舛,因产品导入速度慢,以及定位和价格脱离当时的市场需求,加上合资公司股东戴姆勒与克莱斯勒分家,北京吉普后来更名为北京奔驰,Jeep的第一次国产之旅以失败告终。

这些年,无论在全球还是中国车市,都发生了翻天覆地的变化。雅阁、凯美瑞等中高端车通过在华国产,曾在汽车行业创下销量的神话。豪华车奥迪、宝马以及奔驰“德系三强”国产之后,目前在华分别跨入年销量50万、40万以及20万辆的台阶。连去年才实现国产的豪华车英菲尼迪,也迎来新的发展契机。今年9月,英菲尼迪全球销量达1.79万辆,同比增长29%,连续13个月创最高单月销量纪录,这与其在中国快速增长密不可分,英菲尼迪今年9月在中国市场零售销量达3711辆,同比增长48%,其中国产车型保持销量主力地位,占总销量逾六成,Q50L与全新QX50这两款国产车型在抢占中国市场中越战越勇。而当年与德系三强齐驱并驾的豪华车雷克萨斯,由于坚持在华不国产等原因,多年来尚未攻上10万辆的台阶,近年来销量尚在七八万辆徘徊。

而作为SUV鼻祖的Jeep品牌,经历首次国产失败,并在中国车市黄金十年里“踏空”之后,如今借广汽菲亚特克莱斯勒(下称“广菲克”)之壳回归,一方面肩负着提振广菲克的重任,另一方面欲打破SUV的竞争格局,重返主流车企之列。二度国产的Jeep品牌,在一定程度上并无退路。因此,广菲克



对Jeep品牌国产车进攻SUV市场进行周密战略部署,杀入了20万~30万元这个当前国内SUV市场最大量能的价格区间,首款国产车型自由光以低于原型进口15万元的价格起售。以进口车方式销售的自由光以37.19万~52.99万元,而国产后将2.4L版本价格定为22.98万~31.58万元,明年上市的2.0L车型起售价更低至20万元,被认为直接向国内最畅销的合资品牌SUV车型途观以及合资品牌中的黑马车型别克昂科威叫板,这两款SUV的定价分别是19.98万~31.58万元和21.99万~34.99万元。

外国品牌汽车国产之后,消费者往往最关注的两件事情,一是国产后价格是多少,二是品质能否保持原味。广汽菲亚特克莱斯勒董事长冯兴亚宣称,国产Jeep自由光的品质比美国本土的好。

既然价格亲民,质量又保证,是否意味着Jeep品牌国产后在华销量将进入爆发期?有人看好,但也有人认为机不可失,失不再来,再打翻身仗依然变数多多。当前,中国

在华销量为7788辆,同比下跌30.03%。而今年前三季度捷豹路虎在华6.55万辆的累计销量业绩,亦大幅下滑了28.91%。

捷豹路虎在中国市场的“滑铁卢”中,整体车市疲软是原因之一。而捷豹路虎中国旗下热卖车型进口极光退出后,国产揽胜极光未能如愿承接相应市场,也成为不可回避的重要因素。“极光一开始的表现并不像我们预想的顺利,但是现在极光的销量在逐渐上升,处于恢复阶段。”朱国华坦言。

不过,在国产发现神行上市后,国产揽胜极光也结束“孤军奋战”局面。而摆在两款SUV车型面前的,依然是正在火热上升的SUV细分市场——今年9月,SUV销量同比增长高达62.7%;今年前9个月,SUV市场销量增幅亦高达48.8%。

接下来,新任高管团队肩上的重任则是,在合资公司进一步发展壮大过程中,寻找新的市场突破口。

“2016年年底之前,我们计划推出一款捷豹的国产车型。这相当于在短短24个月当中,我们推出了三款国产化车型。”在联合市场销售与服务机构总裁毕少朴看来,“这已经是一件很了不起的事情。”而在未来更多路虎、捷豹品牌车型陆续加入国产阵营的同时,还将有一款为中国市场量身定制的合资自主品牌车型问世。

(金雷)

玉柴刷新2015年海外客车动力出口纪录

10月30日,金秋时节。“一带一路海格同行”——海格客车与沙特客户战略合作协议签署暨1200辆海格客车出口沙特交车仪式在苏州隆重举行。此次交付的1200台校车,全部采用玉柴机器,刷新了玉柴机器搭载海格客车的单批出口纪录,也刷新了今年我国海外客车出口纪录。

玉柴机器股份有限公司总经理吴其伟在仪式上致辞,代表玉柴机器向金龙集团及海格客车再次赢得海外超千台大单表示热烈的祝贺!向沙特的合作伙伴艾哈迈德先生表示衷心的感谢!

玉柴与金龙集团海格客车等合作由来已久,双方在产品研发、市场开拓、生产交付、服务保障等方面长期保持精诚合作,共同满足客户需求。此次沙特SAMAMA公司采购的1200台校车,全部采用玉柴机器,刷新了玉柴机器搭载海格客车的单批出口记录,这是海格客车和玉柴机器再次典范合作,开创海格客车、玉柴机器、沙特伙伴的合作新征途。

配合国家“一带一路”的战略实施,玉柴近年大力开发海外市场,从市场开拓、服务网络建设、服务配件保障等方面全面推进,在海外已经建立了14个海外办事处,122家专业服务站。

据悉,今年玉柴客车动力海外出口成果丰硕。今年6月,玉柴曾携手厦门金龙夺取1060台客车出口大单。

(黄大智 韦振矿)

工信部：非汽车企业将获电动汽车生产资质

工业和信息化部部长苗圩11月5日表示,目前已经有一批非汽车企业在申请电动汽车生产资质,据了解已经有几十家企业在申请。预计不久的将来将会有若干家符合条件的企业进入到新能源汽车生产的资质许可范围里。

国务院新闻办公室5日举行新闻发布会,工业和信息化部部长苗圩介绍贯彻落实党的十八届五中全会精神,促进工业通信业转型发展有关情况,并答记者问。

有媒体提问,有没有一个时间点可能会批准那些非生产汽车的企业来生产电动汽车?对此,苗圩表示,这项工作是国家发改委和工信部两家在负责,目前已经有一批非汽车企业在申请资质,我了解已经有几十家企业在申请。

苗圩透露,工信部正在组织有关的专家在做评审。预计不久的将来,将会有若干家符合条件的企业进入到新能源汽车生产的资质许可范围里。

(辛雯)

重庆新能源汽车发展迅猛 物流车销量全国第一

经过近年来的推广运用,重庆新能源汽车发展迅猛,物流车销量全国第一。

重庆市科学技术委员会日前发布消息称,截至10月29日,重庆市累计推广应用新能源汽车超过3100辆,其中客车1223辆、物流车1128辆、乘用车754辆。其中,重庆新能源汽车“快速充电、定线运输”模式推广到全国21个城市,新能源物流车销量排名全国第一。

重庆市科委高新技术发展及产业化处处长肖锋介绍,重庆已初步形成由长安汽车、力帆汽车两家乘用车,恒通客车、重庆五洲龙两家客车,重庆瑞驰1家专用车以及近20家零部件企业,组成的“2+2+1+20”的新能源汽车生产体系,以及汽车噪声振动和安全技术国家重点实验室、车辆生物碰撞安全重庆市重点实验室等40余个研发平台组成的技术创新体系。

目前,重庆建有纯电动与混合动力两大技术平台,50余个新能源汽车车型进入国家公告,8项成果获中国汽车工业科学技术奖。根据规划,至2020年,重庆有望推出纯电动和插电式混合动力新车型40余款。

此外,重庆新能源汽车已从初期的公交领域,拓展到公交、通勤、快递、私人等多个领域;在充电保障方面,由最初的两个充电站,发展到现在充电换电兼具、快充慢充结合的1500余个充电设施,且有相应规划、用地、电价、补贴等政策保障;在推广模式方面,从最初的政府发展到现在的分时租赁、融资租赁、整车租赁、私人购买等多种商业模式并举。

“重庆的新能源汽车研发、生产、应用已迈过产业发展瓶颈期,进入到快速增长期。”肖锋说。

(张琴)

帝豪电动版11月18日上市 续航260公里

日前,凤凰汽车从相关渠道获悉,吉利旗下纯电动车型新帝豪电动版(帝豪EV)将于11月18日正式上市。根据此前信息,这款纯电动车型续航里程可达260km,并且最终的名称很可能会是“帝豪V7”。

外观方面,新帝豪电动版基本保持了汽油版车型的外观设计,仅在细节设计上有所差异,其中新车前进气格栅采用了吉利家族全新的回字形设计,同时,前格栅内部蓝色的涂装也证明了其电动版车型的身份。车身尺寸方面,新帝豪电动版的长宽高分别为4631/1789/1470mm,轴距为2650mm。

动力方面,新帝豪电动版搭载了一台最大输出功率为177马力的电动机,最高续航里程260km,最高时速可达150km/h。在充电方面,新车将提供两种充电模式,其中在慢充模式下12小时可将电池充满,而专用快充设备在30分钟内即可充至80%的电量。

(钟荷)

