

长安马自达:市场复兴有望 增长持续力待考

2015年,中国汽车业增长放缓,这种情况下,在中国市场一直排名不靠前的长安马自达却迎来了发展生机。

2013年,马自达株式会社常务执行董事稻本信秀在危急时刻出任马自达(中国)企业管理有限公司(以下简称“马自达(中国)”)董事长,力图拯救长安马自达和一汽马自达。两年间,通过一系列产品布局和技术营销,长安马自达已经成为推动马自达品牌在中国复兴的核心力量。

长马复兴

昔日“一马”当先,今日长马领先。“我们会继续保持这样的势头下去!”11月19日,马自达中国 CEO 渡部宣彦表示:“今年年初马自达对外公布的销售目标是22万辆,现在还有不到两个月的时间,我们有信心可以达到这个目标。”

能够让稻本信秀和渡部宣彦有信心的重要原因在于长安马自达的高增长。稻本信秀是在2013年下半年执掌马自达(中国),彼时马自达(中国)面临着产品匮乏、销量逐年下滑的态势。尤其是长安马自达的销售,更是落到了谷底。2012年,长安马自达销量同比减少7.4%,与一汽马自达的差距高达4万辆。

面对长安马自达的窘境,稻本信秀任职之后,马自达(中国)会同长安马自达管理层推出了“特色精品战略”。该战略由特色品牌、特色产品、特色体系和特色保障四部分构成。随着这一战略的实施,长安马自达的销售一路向好。今年1-10月长安马自达旗下Mazda CX-5、昂克赛拉等车型累计实现零售119461辆,同比增幅高达48%。

困难犹存

然而长安马自达在实现销量高速增长之时也面临着挑战。

从今年1-10月的数据来看,马自达在中

国市场已呈现出“南北失衡”的情况。以前“一马”当先的一汽马自达销售出现了颓势,今年1-10月长安马自达的销量比一汽马自达多了5万多辆。

面对这一失衡的情况,渡部宣彦坦言,今年长安马自达表现很好,而一汽马自达确实不尽人意。而针对一汽马自达的惨淡业绩,稻本信秀等马自达(中国)高管势必会加大对一汽马自达的扶持力度。渡部宣彦表示:“一汽马自达遇到现在的困难也有1年到1年半左右的时间了,所以在明年的时候应该会重见曙光,马自达也会加大对一汽马自达的支持。”而从产品而言,马自达的产品并不丰富,如果加大对一汽马自达的扶持,势必会影响到长安马自达产品的导入。

此外,有业内人士认为,即使是长安马自达实现了高速增长的情况下,长安马自达依然没有达到多年前马自达就设定的20万辆目标。早在2013年,马自达就曾经提出要在2015年实现40万辆销量,其中一汽马自达

和长安马自达各占一半。现在来看,长安马自达在2015年肯定无法实现20万辆销量,要实现20万辆的目标,尚需长安马自达在随后一两年内继续实现高速增长。然而,在中国汽车业增速整体放缓之下,要想持续实现高速增长并不容易。

尽管面临挑战,马自达(中国)高层还是认为长安马自达增长可期。渡部宣彦表示,现在长安马自达拥有很多利好因素,包括昂克赛拉被认定为环保车,有国家的补助,还有国家出台减税的政策,借着这个东风,长安马自达的销量会非常不错。

此外,稻本信秀执掌马自达(中国)期间,对长安马自达和一汽马自达加大了“创驰蓝天技术”的导入,这一技术目前已经成为长安马自达销售持续提升的重要利器。稻本信秀说:“搭载‘创驰蓝天技术’3款主力车型占马自达中国旗下2015年销售的80%。其中,长安马自达搭载‘创驰蓝天技术’的车型包括了CX-5和昂克赛拉两款车型。”(周远征)

细化方案扑面而来 节能与新能源汽车肩负转型重任

为加快建设制造强国,《中国制造2025》重点领域技术路线图(2015年版)(以下简称“《路线图》”)于近期公布,明确节能与新能源汽车、信息技术、航空航天等重点领域的发展路径。随后,《国家智能制造标准体系建设指南》(征求意见稿)、《产业关键共性技术发展指南(2015年)》也先后出台,为产业发展和自主技术进步提供支撑。

路线图指明产业升级方向

根据《路线图》,节能与新能源汽车分为节能汽车、新能源汽车、智能网联汽车三个方向,每个方向均从需求、目标出发,涵盖重点产品、关键零部件、关键共性技术及应用示范工程、战略保障建议各环节。

中国汽车工程学会理事长付于武解读文件说:“《路线图》着眼于未来30年,在战略方向上指明发展新能源汽车与智能汽车的同时,也兼顾汽车业现状,将节能汽车纳入规划范围,是一项庞大的系统工程。此细则为汽车业提供整体动态指引,而非某一具体技术路线。”他称,此次节能汽车明确重点发展混合动力车、替代燃料车,以应对2020年乘用车新车油耗优于5L/100km、2025年优于4L/100km的目标,很具现实意义。

针对降低油耗、自主市场份额、发动机热效率等,《路线图》提出了多项量化指标。如至2025年,形成自主可控完整的产业链,新能源汽车年销量300万辆,自主新能源汽车市场份额达到80%以上。技术指标上,2025年乘用车汽油机热效率≥40%,燃料电池系统体积功率达到3kW/L。北京航空航天大学交通科学与工程学院副院长徐向阳称,量化指标体系有利于提升企业技术研发的预见性。

对于《路线图》多次提及的自主化,清华大学汽车产业与技术战略研究院副研究员刘宗巍表示:“这充分体现了提高自主品牌竞争力,以本土企业为核心建设汽车强国的战略共识。”

突破关键共性技术为升级重点

关键共性核心技术的缺失已成为我国汽车业创新发展的大瓶颈,特别是关键零部件长期被国外垄断。为增强自主研发能力,工信部日前发布《产业关键共性技术发展指南(2015年)》(下称“《指南》”),明确节能与新能源汽车领域整车集成、电驱系统、燃料电池系统等六项共性技术要优先发展。

付于武告诉记者:“在《路线图》框架下,汽车行业又组织‘产学研’联合起来制定了制造技术、燃料电池、动力电池、轻量化、智能网联汽车等细分技术路线图,以攻技术关。”他称,共性技术指南列出优先发展的技术领域,有利于引导市场资源向重点领域有效聚集,为政府和企业支持技术发展提供参考。

动力系统、传动系统、轻量化等节能技术应低碳化需求而发展。《路线图》指出,2025年碳纤维等代表性轻量化部件要占市场的20%,国产轮胎实现节油6%以上。新能源车领域,电池技术仍是突破的关键点。清华大学汽车工程系副主任宋建表示:“随着补贴政策退坡,电动车要完全市场化,电池技术必须要有质的改变。”

而国内的智能网联汽车技术之路显然更长,多源信息融合技术、车辆协同控制技术、数据安全及平台软件等技术均在初级阶段。此次《路线图》对智能汽车进行分级,《指南》将智能汽车列入优先发展范畴,有利于抢占智能共性技术先机。

多层次协同推进智能制造

实现汽车业的升级效能,《路线图》还在战略措施上强调建立共性基础技术研究院,搭建共性技术平台。对此,付于武认为:“研发前瞻技术需要国家层面扶持平台建设,鼓励车企‘抱团’,毕竟企业的资金有限。”他同时称,汽车共性技术涉及汽车、新能源、电化学、汽车电子等多学科、多行业,是一个庞大的体系,因此各领域要实现跨界协同,培养复合型人才。

基于汽车业和信息技术的融合,刘宗巍表示:“建立智能制造众创模式,加强培育工业信息化平台软件企业和构建互联的基础性硬件企业至关重要。”《路线图》对此也有所阐述,提出应用示范工程。付于武同时建议,车企应在《路线图》引领下,进一步确定企业的发展重点和量化目标,并立足当下踏踏实实的工作,传统工艺和新技术两手抓。

除《路线图》外,我国还在抓紧完善标准体系建设,开展智能制造的试点项目及酝酿智能制造专项规划。为争取标准上的主动权,《国家智能制造标准体系建设指南》(征求意见稿)公布,从智能装备和产品、工业互联网、智能工厂等七大领域初步构建标准体系。徐向阳对此表示:“新技术与新业态进一步凸显了标准的价值,中国跟进标准建设的同时还要着力实现标准的国际化。”(张婷)

红岩杰狮亮相重庆混凝土协会第七届会员大会

11月18日,重庆市混凝土协会第七届会员大会暨2015年会在维景国际酒店召开,上汽依维柯红岩携杰狮混凝土搅拌车亮相本次会议现场,吸引了与会混凝土企业的高度关注,现场斩获15台杰狮6x4混凝土搅拌车订单。

重庆市混凝土协会会员大会是重庆混凝土行业的年度盛会,会议为混凝土企业搭建了一个加强技术交流的平台。在“十二五”行业发展规划期间,重庆区域混凝土行业快速壮大,混凝土企业从75家发展到165家,企业数量增加了90家,产能大幅提升,近5年无论是产量还是产值都实现了成倍增长,2010至2014年,混凝土总产量合计达2.28亿m³,总产值合计达695亿元,行业在多方面取得了长足的发展,行业壮大的同时市场对混凝土搅拌车的需求量和品质要求也在不断提高。

会后,与会嘉宾纷纷来到上汽依维柯红岩杰狮混凝土搅拌车前驻足品鉴,嘉宾们就

红岩杰狮水泥搅拌车亮丽的外观、人性化的驾乘空间、安全节油的卓越性能给予了称赞和好评,部分使用进口搅拌车的用户也对杰狮产品赞不绝口,称杰狮搅拌车可与进口车

一较高下。本次活动现场气氛热烈,除本土大型搅拌站当场签定15台杰狮搅拌车以外,另有36台意向订单仍在洽谈中。

(钟睿)



广汽传祺向高端市场突围

在今年的广州车展上,广汽集团发布了“十三五规划”的1513战略,到“十三五”期末,广汽集团预计产销将达到240万辆。

传祺作为广汽集团未来发展的重点,在本届广州车展上全球首发了4款车型,其中包括七座MPV和EV Coupe概念车,两款新能源车GS4 EV和GA3 PHEV,同时重点展示了C级旗舰GA8、旗下GS4等明星产品。

新能源产销或将占一半

广汽集团执行董事,广汽乘用车总经理吴松称,明年3月份GA6的1.5T将推向市场,全球最先进的成果都将在这款车中有所体现,该车推出后会改变中国品牌在高端领域的形象。

据了解,广汽传祺在明年4月左右还将

推出首款C级旗舰轿车GA8,代表传祺2.0时代造车的新高度。在明年北京车展期间其将推出一款中大型SUV,预计明年9月份上市,主要针对沃尔沃。本届车展上亮相的i-lounge概念车也将在2017年左右上市,竞争对手为丰田埃尔法,全面向高端市场突围。

在新能源汽车领域,吴松表示,广汽传祺已经将发展新能源汽车作为重中之重:两年前就设立了新能源部门,构建了PHEV和纯电两大技术路线,基本掌握电机、电控有关核心技术,电池方面也开展了前瞻性的研究,下一步还将成立新能源分公司。到2020年,传祺新能源汽车产销或将占据广汽集团新能源车型的一半,达到10万辆。

GS4仍有很大空间

今年1-10月广汽传祺销量达13.7万辆,同比增长59%,预计全年将超过18万辆。其中传祺GS4自今年上市后销量实现“六连涨”,10月创出2.1万辆的月销新高。对此吴松表示,GS4的成功不单是它本身的成功,与GS5、GA6都有关系。GS4性价比不错,性能品质好所以就出现了爆发,而GS5销量略有下滑是正常的,GS4还有很大的空间,但是能卖多少暂时还不好说。

明年年底广汽传祺还会推出GS6,这是比GS4更高端的产品,同时广汽传祺也正在开发全新的GS5,让性价比更有冲击力,在轿车和SUV车型上也会推出全新的产品。吴松认为,在今后5到10年的时间里面占据主流汽车市场的将会是中国品牌,中国汽车市场将像电视、冰箱、洗衣机等家电产品一样,步入中国品牌时代。(闫欣雨)

杰狮6x4牵引车获得第八届中国国际卡车节油大赛冠军称号

11月25日,代表上汽依维柯红岩商用车有限公司出征第八届中国国际卡车节油大赛(以下简称节油大赛)的红岩6x4 430马力牵引车,在历经安徽定远汽车试验场的种种严酷考验后,最终凭借百公里油耗34.88升的优异成绩夺得牵引车组6x4牵引车410-430马力组节油冠军。

本届赛场上,汇集了众多“节油高手”,红岩6x4 430马力牵引车能够脱颖而出,必然有其独特的优势。

据了解,本次上依红选送的参赛产品并非搭载Cursor发动机车型,而是选用装配上汽动力12升发动机的M100大马力牵引车。装配Cursor发动机的红岩杰狮已多次获得节油冠军称号,节油的先进性已毋庸置疑,而本次选用装配上汽动力E12发动机的M100牵引车参赛,再次验证了该产品与杰狮有着良好的匹配,节油性能同样得到肯定。

据了解,上汽动力E12发动机是由上汽集团联合奥地利AVL公司对标奔驰DD13发动机技术而研发的世界一流水平发动机,该产品使用了顶置凸轮24气门、高压压、优化燃烧的设计,具备燃油雾化好、燃烧充分等特点,在同功率段,油耗与同类产品相比极具优势。

上汽依维柯红岩6x4 430马力牵引车自上市以来,受到市场及用户的高度认可,被广泛运用于中长途能源、危化品运输及转运市场,该产品能够最终获得本届节油大赛的冠军,更进一步证明了其性能的出众和品质的杰出。(钟睿)



从偏科能否走向复苏? 当自主品牌遇上广州车展

11月下旬的广州,已经立冬的羊城多少还是有点闷热,街头的热风仿佛力驱散笼罩在中国车市上空的寒意。在今年前十月,中国车市经历了一个动荡不安的阶段,从年初意料之外的倒春寒,再到长达5个月的负增长,在进入9月10月后,受传统销售旺季和政策刺激的影响,汽车销量重新恢复增长,车市在年末之际算是进入了一种新常态。

在这样的背景下,作为本年度车市最后一次盛宴的广州车展也隆重拉开了序幕。据此前报告,在本次车展上将会有多达36款新车全球首发,而自主品牌发布的新车也是占据一隅。很多人都说本年度最大的惊喜就是自主品牌的大爆发,数据显示2015年1-10月,乘用车累计销量为1648.47万辆,同比增长3.89%,其中,自主品牌乘用车共销售675.71万辆,同比增长12.6%,占乘用车销售总量的41.0%,比上年同期更是提高3.2个百分点。

而随着广州车展的到来,自主品牌更是想借此展示自己,在年末之际再次掀起车市风暴。大家都在猜测,新常态下的车市,被合资车型压制多年的自主这一次会不会真的发展壮大起来。下面就借助广州车展来看看我们的自主品牌。

你所看到的情况: SUV、新能源扛大旗

总的来说在今年,比起合资品牌,自主品牌在抓住市场消费热点上更胜一筹,尤其以SUV和新能源车为甚,而在本次广州车展的展示上更是显得淋漓尽致。

在本次广州车展上,除了一款号称“最美

中国车”吉利中级SUV博越的爽快,SUV车型依然是自主品牌推广的主力军。在长安汽车展台上,除了CS35、CS75的站台助威,长安汽车更是发布了全新小型SUV CS15,自主品牌哈飞更是派出哈飞H1、热销的哈飞H2、越野SUV哈飞H5经典版、哈飞H8、哈飞H6升级版、运动版、哈飞H6Coupe、七座SUV哈飞H9、准量产车型哈飞H7等为其摇旗呐喊,奇瑞汽车更是主推旗下新款SUV观致5,江淮汽车的展台也是由旗下“一门三杰”的SUV车型瑞风S2、第二代瑞风S3、第二代瑞风S5领衔,而北汽集团也会在车展上隆重推出北汽绅宝X55并公布前期推出的X25售价。

新能源车板块上,比亚迪首当前冲,旗下的比亚迪秦自上市以来蝉联新能源车月销冠军,今年1-10月累计销量超2.8万辆。本次广州车展上,除了推出前期已经开售的混动比亚迪唐、混动/纯电动比亚迪秦、混动比亚迪唐、纯电动比亚迪e6等新能源车型,还展示了新款新能源车比亚迪宋。除了比亚迪外,各大自主品牌也纷纷推出旗下新能源车型,北汽发布了EU260纯电动车;吉利最新上市的帝豪EV;启辰晨风;上汽荣威e550;江淮iev5;长安逸动EV;广汽传祺GA5增程式混动版等等,在本次车展上,自主品牌对于新能源车型的推广可谓不留余力。

你所不知道的事实: 除了偏科还有什么?

数据显示,自主SUV和新能源车板块的增长并没有带动传统轿车板块的增长,今年前10月,在自主品牌675.71万辆乘用车的

销量中,其中轿车销售192.14万辆,同比下降12.4%,在轿车市场占有率比上年同期下降1.1个百分点。虽然车企也在发力自主轿车,比如一汽强力推出了奔腾B30,长城汽车董事长魏建军也在媒体上提到不会放弃轿车市场,但是随着销量的泾渭分明,自主品牌的偏科局势在短时期内很难逆转,甚至还有愈演愈烈的势头。

此外,由于SUV板块的持续增长,自主品牌在SUV方面布局也显得有些“激进”,现阶段自主品牌基本上是没有间断的推出新车,本次车展上的SUV规模化的展示更是让笔者多了一点对未来供过于求的疑虑,此外自主品牌的新车型并没有带来太多技术升级,更多的是在价格上做文章,而提前透支的配置升级也给自主品牌的未来竞争带来影响。在看得见的未来,缺乏技术亮点的自主品牌的内部价格战,合资企业的外部打压都可以预见得到。新能源就更不用说,电池充电桩的老问题依然没有得到很好解决,持续的销量上涨也离不开政府扶持。

让人更担忧的是市场不完善不透明的竞争体制给自主品牌增长造成的错觉,自主品牌虽然凭借SUV收复了部分市场份额,也依靠新能源车赢得了一些目光,但是发展的可持续性仍有待加强。为何可持续发展的力度不足?仍然是引入技术和品质方面有所不足,在定位上还在走低价低质路线,甚至形成逆流,让人感觉到自主品牌的增长有劣币驱逐良币的嫌疑。

而与之相反的是,有些坚持正向开发的品牌或者车型,却有叫好不叫座之嫌。诸如奇瑞艾泽7、观致3、吉利帝豪EC8等“原创之作”(有些是引入外援),哪一个能卖得过同领域的山寨车型?当然,现在已经出现了一些

能够鼓舞人心的例子。坚持正向研发的吉利就把博瑞高端版价格定在20万元之上,而且10月份销量逼近5000辆,创下自主品牌B级车的新高,这一现象也证明只要好好做产品,我们的自主品牌也能凭借自身优势赢得市场份额。

你所想要的出路: 竞争机制 完善研发体系

总的来说,相对落后竞争体制,自主品牌本身的低价习惯,让市场的劣币驱逐良币的现象开始显现出来,以价跑量的决策短期内不仅仅会伤害到合资品牌,长时间看对于自主品牌的成长也是一种巨大伤害。历史证明劣币驱逐良币只会是自取灭亡,两败俱伤,这对中国汽车自主品牌的长远发展有着警示作用。

在自主品牌的未来发展上,自主品牌不仅要加大研发投入,更要将研发投入落实到最需要的领域上,完善每个品牌的研发体系,要注重人才的长期培养,给予研发人员的足够空间,让行业研发人员少跳槽争取不跳槽,努力寻找对外合作和吸收营养的机会,就像吉利一直在吸收沃尔沃技术产品优点化为己用那样。而在自主品牌研发过程中,不仅要注意技术开发,也要把外观设计作为重点,就目前市场看,在适当的情况下提升产品的价格,做高质量高附加值的产品,辅以恰当的宣传手段,消费者也愿意为高价买单。

对于国家层面来说,完善相应的竞争体制,让车企能在一个相对领先的体制中自由竞争更显得刻不容缓,迟迟没有出台的汽车领域的反垄断法也亟待整理公布。(姜鹏)