

深度报道

创新与坚守交织的徽风皖韵

上海车展江淮汽车的“变”与“不变”

□ 本报记者 何晓亮



历经过去一年的风雨洗礼，再次来到上海车展的江淮汽车(以下简称“江淮”，JAC)，以一番脱胎换骨的全新风貌，向所有人展现了自己的蜕变与成熟。

江淮变了，无论是新和悦RS，还是瑞风S5、M5、40余种参展产品的庞大阵容，全面而又不失特色地宣告：JAC已然告别探索、积累的初级阶段，旗下产品与企业实力跃入以品质促品牌的2.0时代；江淮没有变，无论是乘用车五年或二十万公里的超长车质保、“五星服务”保障体系的打造，还是进军汽车金融领域，无不向外界展示了一个全新的JAC。以品质为核心，始终将用户利益放在第一位的经营理念，在经过挫折历练之后，没有出现丝毫的松动，反而愈益自信、坚定与鲜明。

江淮汽车，在当下这个中国汽车产业承前启后的关键阶段，在自主品牌面临抉择的重大节点，向全世界献上了一曲创新与坚守交织的徽风皖韵。

“造好车”的2.0时代

江淮之变，产品为先。包括全新二代平台产品在

的40余种参展精品，表达着这样一个讯息：当市场对自主品牌的生存发展，提出更高更严的标准之时，JAC已经走在了前面。

江淮以品质为核心的2.0时代，以塑造品牌为最大追求。提出“诚信 臻质 科技生活”这样切中肯綮的主题，就是对这一概念的精准把握。

“诚信 臻质 科技生活”寓指江淮汽车坚持打造“品质的JAC”，坚持推动科技创新与技术进步，树立“品质卓越 值得信赖 持续创新 物超所值”的品牌形象，凸显企业依托科技进步，打造自主创新体系，增强自身内生动力，率先实现由中国制造向中国品牌跨越的发展思路。而“诚信臻质·科技生活”的目的，是用科技向用户提供一种更美好的生活体验。

江淮的2.0时代，有着清晰准确的发展思路。以客户为导向的“瑞风+和悦”双品牌运营战略的确立，犹如铺下了两条坚固铁轨，采用

清晰、满怀信心地在行驶在“造好车”的品牌之路上。

永不改变的守候

如果说江淮汽车的变，多着墨于产品的品质、技术。那么，本次车展所传达出的“不变”则体现在，以品质为核心的江淮文化，得到传承与深化。

首先，“品质的JAC”没有变。半个世纪以来，无论时代如何变迁，服务的人群如何不同，江淮汽车始终清楚地认识到：汽车的意义，在于赋予人行动的自由。它帮助人们挣脱物理空间的束缚，延伸考量世界的尺度，让智慧在自由的行动中，激荡创造出文明的火花，促进社会与人本身的进步。而消费者于林林总总的品牌中做出购买的决定，其最核心的诉求就在于，谁能够更好地保证我自由的权利。

这恰恰是江淮汽车从未改变过的追求：以高品质的产品与服务，守候每一位消费者“自由的权利”。无论是乘用车、商用车、客车或者零部件与汽车服务，烙有“JAC”印记的江淮产品，都致力于保证消费者工作、生活的每一个步骤环环相扣，不断体验幸福，走向成功。

当然，在发展的过程中，难免存在不足与失误，但江淮绝不以此作为隐瞒与逃避的借口，而是拿出承担责任的勇气与行动。

这种重塑形象的努力绝非一时权宜，因为“技术的JAC”给了江淮充分的底气与能力。

作为高新技术企业和国家创新型试点企业，江淮汽车多年来致力于学习创新和系统创新，将创新看做驱动企业发展的根本动力，形成了以本部国家级技术中心为核心的自主研发创新体系，技术标准

和研发流程不断完善，持续开发出具有品质优势和自主知识产权的高性价比产品，试验验证设备具备国际水平。仅“十一五”期间，公司就投入科技活动经费36.4亿元，占营业收入比重4.06%，完成企业全部科技项目数1300余项。

对品质的追求，对消费者的尊重，亦源于国企的使命。



全新自主动力技术平台的全新车型自此陆续驶上轨道，以强大的产品矩阵满足不同客户群体的全方位用车需求。

本次车展，多款全新车型，无论从造型、内饰、底盘、动力等配置方面，都与稍显稚嫩的一代产品有着天壤之别。某些方面已经达到甚至超越了同级别合资产品。为保证用户的安全与健康，江淮通过多种先进技术保障车辆的性能安全，产品均达到CN-CAP的碰撞安全标准。对于日渐受到关注的车内环境问题，江淮早已将VOC、气味性作为江淮汽车重要的整车环保性能指标，建立车内空气质量控制标准体系，从整车、零部件、材料三层管控，将空气污染的风险层层化解，坚决保证内饰材料的环保无害，车内空气质量达标。

可以说，“学造车”的岁月渐行渐远，江淮汽车正头脑



部国家级技术中心为核心的自主研发创新体系，技术标准



我衷心希望中国的汽车能够成为世界的汽车，中国的汽车品牌能够成为世界的汽车品牌。”安进说。

对品质的追求，对消费者的尊重，亦源于国企的使命。

不安方进

□ 何晓亮

第一次与江汽老板安进接触过的人，应该都会有这样一种感受：藏都藏不住的霸气外露。实际上几乎每一次的媒体交流，尤其是在不太公开的场合，最后的结果用他自己的话来说，都是“你有你的看法，我保留我的意见”。不过有意思的是，或许正因为这位新领导对自己为江淮规划的未来，是如此的笃定与自信，以至于人们反而并没有对他的个性外放，以及让江淮变得不再“安分”的努力，产生什么反感。

新官上任三把火。在一年时间里，安进就把自己的想法付诸到江淮的每一处地方。巩固商用车市场的既有优势，提升乘用车领域的江湖地位，拓展海外业务，涉足汽车金融，高调做着纯电动……用一个时髦的词来形容，就是他正把江淮这家老国企的性能升级到2.0版本。因为谁都看得出来，在这个市场竞争日益激烈与残酷的时代，只有不安于现状者，方能生存求进。

尽管这个过程必定艰难、繁重，但对于任何个性鲜明的老板来说，却又充满着挑战的乐趣。所以他的摩拳擦掌，他的激情充沛，他的固执己见，都只会令旁观者感叹江淮的人，更加充满期待。

当然，领导的计划与理想，需要依靠企业上下每一个人的认同与付出。“人”的效率，决定着企业的效率，就江淮目前的实际而言，体制与管理方面还有着很大的提升空间。毕竟真正的好企业，更像是每节车厢都自带引擎的动车组，而非全靠火车头拉拽的老式货列。

驶向世界的“中国梦”

今天的江汽，既是中国的JAC，更是“世界的JAC”。

目前，江淮汽车已出口到亚洲、非洲、南美以及欧洲等100多个国家和地区，在全球拥有14家海外KD工厂及合资公司。一辆辆代表“中国制造”尊严与形象的江淮产品，正承载着富强民族的中国梦想，驶向世界。

“十二五”期间，江淮汽车将始终坚持“整合全球资源造世界车”的理念，坚持“五个有”，即有效益、有技术、有品质、有特色、有规模。坚持推进战略转型不动摇，坚持结构调整不动摇，坚持走质量效益型道路不动摇，坚持品质优于规模的发展路径，构筑起在“十二五”期间的比较优势和后发优势。巩固发展核心业务，力争轻型商用车全球前三甲的市场地位；稳健发展战略业务，力争乘用车在自主品牌阵营中名列前茅；主动布局新能源汽车，力争进入自主品牌新能源汽车第一阵营。大力推进国际化，打造品质的JAC，在汽车行业率先实现由中国制造向中国品牌的跨越，将JAC打造成中国的世界级一线品牌。

“我的‘中国梦’就是中国的汽车梦。我衷心希望中国的汽车能够成为世界的汽车，中国的汽车品牌能够成为世界的汽车品牌。”安进说。



记者观察

自主品牌闪亮上海车展

□ 本报记者 陈彬

两年一届的上海车展，已经拉开帷幕。在这一届车展上，有近百款新车型发布，几乎所有的品牌都将亮相本届车展，车展上自主品牌也将有众多新车型亮相，与海外品牌相比，自主品牌正在改变自己配角的角色。

环境的压力，科技进步，自主创新，政策支持等一系列的因素将加速中国汽车产业的转型升级。智能化、信息化、绿色、节能等技术的发展会促进汽车企业的发展。国内一批汽车企业在自主研发、自主管理、自主品牌方面都做了一系列的积累。

紧盯公务车蛋糕

“全球汽车业将会进入中国时代，中国品牌也到了临门一脚的时候，转型到了关键的时期。国家要进一步的关注和支持自主品牌的发展。同时我们认为2013年国家的新一轮风来，中国品牌的时代即将到来。”长安汽车总裁张宝林说。

于车展前夕上市的RAETON睿骋是长安首款中高端轿车，此次车展上，长安汽车除了展出睿骋旗舰版、领航版两款量产车型外，还特别推出了

Grand RAETON，车身全长达7米。随着公务车采购向中国品牌倾斜，长安 Grand RAETON 将极具竞争力。

而独立出哈弗之后的长城对轿车的关注也是非常重视。“我们刚开始进入轿车这个领域，我们的定位是把家轿做到更有竞争力，把家轿做到中国的最好品质。这涵盖家轿，也涵盖家轿之外的商务轿车。”王凤英表示，“商务用的轿车就涵盖了大多数公务用车的群体。基本上都在B级轿车的平台上，所以长城在未来2015年之前还是有计划推出我们B级平台的轿车产品。”

开拓SUV市场

国内自主品牌汽车领域近期最大的事情之一，无疑是哈弗品牌的独立。长城意欲把哈弗SUV打造一个专业国际化的品牌，“把哈弗独立出来，开发产品和运营市场，向消费者提供更加专业的专属的SUV的服务，更加个性化的SUV的服务。”王凤英说。

首次开辟哈弗与长城两个展区，哈弗H7与哈弗H6运动版首发，长城汽车再次强调了“专注、专

业、专家”的品牌理念，并发布哈弗已正式踏上品牌独立之路。目前哈弗销量过百万，出口到全球100多个国家，已经成长为中国车市最具竞争力的SUV品牌。

相比于新生的哈弗，拥有89年历史的英伦品牌MG的首款即将量产的城市SUV的概念车“英国之光”MG CS的亮相则更具霸气。相比较其他英式设计的SUV产品，MG CS的定位更加趋向年轻人，这款将于2014年下半年投放市场的都市型SUV将主要针对年轻消费者。

据了解，MG CS作为基于上汽的战略平台Global A研发，量产之后将搭载1.5T、2.0T两款高性能发动机，动力澎湃而不失驾乘的平顺舒适，在拥有强悍通过性的同时，也体现出良好的燃油经济性。

创新造车技术

油价不断上涨，PM2.5、尾气污染等对造车技术创新提出了更高的要求，自主品牌的科技含量愈发重要，而随着消费者对生活品质的要求，舒适性高和自动化强也将成为主要竞争点。

双龙豪华SUV 雷斯特

韩国双龙汽车在上海车展宣布其旗下旗舰豪华SUV车型——雷斯特W在中国市场上市，另一款预计在下半年进入中国市场的具有四驱功能、大型SUV风格的新概念的超级MPV——新路帝也同时亮相。自此，双龙“为人类创造丰富多彩的生活”的品牌愿景在中国市场得已初步构建完成。

雷斯特W是代表着双龙鲜明品牌个性的一款产品，特别值得称道的是，雷斯特W作为硬派越野车的典范，有着扎实的底盘和无与伦比的前、后悬挂系统。前轮采用双叉臂悬架系统，后轮采用新型防撞吸能5连杆和8连杆悬挂系统。雷斯特W采用了象征越野能力的惯用的非承载式车身结构，无论行走城市公路还是荒野郊外，使驾驶都能从容应对。三种不同模式的四驱结构（智能四驱、分时四驱、全时四驱）大大提高了雷斯特W对不同路况的适应性，满足城市路面驾驶需求的同时，也满足城市出走、探索和征服越野路面的驾驶需求。



(陈彬)



新车新风采

斯柯达 Rapid 昕锐

上海大众斯柯达 Rapid 昕锐在沪正式上市，该车共推出7款车型，售价在7.99—11.69万元之间。

Rapid 昕锐是上海大众斯柯达品牌的第四款战略车型，也是上海大众斯柯达首款采用斯柯达品牌全新标识的车型。Rapid 昕锐采用斯柯达最新设计风格，使其更为时尚动感。同时，其继承了上海大众斯柯达品牌旗下产品一贯的超高性价比优势，拥有全面均衡的产品实力。4501mm×1706mm×1469mm的车身尺寸和2603mm的轴距打造了同级领先的驾乘空间；大众汽车集团全新的EA211系列发动机，匹配领先同级的6挡自动变速箱和5挡手动变速箱，让Rapid 昕锐动力强劲高效而又兼顾环保；在配置上，Rapid 昕锐提供自动温控空调、真皮座椅、真皮多功能方向盘、双层电动防夹天窗、定速巡航系统、智能车载蓝牙系统、ESP电子稳定系统、带Top Tether上固定点的ISOFIX儿童安全座椅固定装置、6安全气囊等人性化的舒适、安全配置，带来全新跨越体验。



(王月菊)



沃尔沃三款60系车型

全新沃尔沃 S60、V60 和 XC60 R-Design 车型此次首次集体亮相。在原有60系车型的众多优势的基础上，R-design 车型在外观、内饰、设计及动力配置上寻求了进一步的突破。

三款R-design 车型风格的内饰细节，代表了新一代的沃尔沃内饰设计动向：精致独特。黑色正反面和多孔真皮材质的全新运动型座椅，为车主提供从大腿到肩膀的出色支撑，不仅保留了沃尔沃传承人体工程力学的舒适性，还强化了控制感。

另外，R-design 车型的驾乘体验同样进行了升级：更低更坚固的运动型底盘，搭配马力更强劲的T6发动机，输出功率最高可达329马力，最大扭矩为440Nm，0—100公里加速仅需5.2秒。三款60系R-design 车型用更好的操控力和更快的加速度，让驾驶者享受到澎湃动感的驾乘体验。

雷诺新风的

进口紧凑型轿车雷诺新风的以13.98万元—18.08万元的价格在上海车展上市。新风的凝聚了雷诺—日产联盟全球设计开发团队的心血，由雷诺欧洲设计团队以领先的设计和超前的工艺为全球市场开发，继而根据不同的市场需求进一步量身打造。

作为A+级车型，新风的最大看点就是超过2700mm的轴距和源自梅甘娜平台的底盘。新款新风的内饰变化集中在前脸和尾部，同时该车还装配了LED行车灯以及熏黑的前大灯。内饰方面，新款新风的仪表盘以及动感的仪表盘背景灯显得运动了许多。

新风的全系车型搭载2.0L发动机，最大输出功率为137马力，峰值扭矩达191牛·米，配备雷诺—日产联盟开发的CVT无极变速器，组成兼具稳定性和驾驶乐趣的动力系统，且具有极佳的燃油经济性。