

新闻热线:010—58884102

E-mail:jj0105@126.com

■主编 矫阳 责编 姜靖 李莘

车展看车市：

新能源车成中外车企战略部署重点

□ 本报综合报道

■数字车市

11%增长

2014年中国汽车市场预计将保持11%增长,这是近日在第二届J·D·Power颁奖盛典暨汽车行业对话会上宣布的结果。包括SHI销售满意度研究、CSI售后服务满意度研究、新车质量、产品性能运行设计研究、车辆可靠性等方面内容。该系列奖项基于对7万多名中国汽车用户的反馈和评价,反映了中国汽车市场整体发展情况。

该公司总裁Finbarr O'Neill表示,2014年,中国汽车市场预计将保持11%的增长,其中轻型车2430万辆,乘用车1890万辆,同比增长13%。将有543款车型争夺中国消费者。高满意度在留住现有客户并吸引新客户方面具有重要意义。

50万辆

奥迪CEO鲁伯特·施泰德日前表示,该公司计划今年在中国市场突破50万辆的销量大关。

鲁伯特·施泰德在北京车展上表示,在中国特大都市的数量正在增长。

奥迪2013年在华销量达到了48.8万辆,而将香港包含在内,则去年的销量达到了49.2万辆。该公司计划利用SUV与紧凑豪华车需求的不断攀升进一步扩销量规模。

一千万辆

4月23日,丰田集团发布了其2014财年(2013年4月至2014年3月)和今年第一季度产销量数据,上季度丰田以258万辆销量再度力压通用大众夺冠,而2014财年销量首次突破一千万辆大关。

根据丰田数据,2014年第一季度(即其2014财年第四季度),丰田集团在全球范围内销售了258万辆汽车,较之2013年第一季度的243万辆同比增长了大约6%。

37.2万辆

全国乘用车市场信息联席会数据显示,今年一季度,东风标致销量达8.5万辆,同比增长18.6%。在东风标致总经理吕海涛看来,在去年的新产品陆续导入之后,东风标致有望实现更高的同比增速。

2014年是东风标致“升蓝战略”实施的第二年。为了保证神龙三年倍增计划完成,东风标致今年定下的销量目标为37.2万辆,较去年底发布的34万辆有所上调。

18%

日前,上汽通用汽车金融公司市场销售总监李群表示,实际上,目前中国汽车贷款比例大约为18%,远远低于其他国家的水平,因此中国汽车金融市场未来具有很大的发展潜力。

“目前有资料记载中国汽车贷款比例大概是20%,实际上如果从车管所抵押上牌量大概能查到是18%左右。”李群表示,“而其他国家的汽车贷款比例,像印度、俄罗斯都接近50%、60%的水平,所以中国汽车金融市场未来有很大的发展潜力。”据中国汽车工业协会预测,预计到2025年,中国汽车金融行业市场总容量将要达到5250亿元人民币。

676万辆

近日,丰田汽车公司在全球召回了676万辆汽车,其股价遭遇下跌颓势。丰田公司在一份电子邮件中表示,该公司近期的五次召回行动涉及该品牌27款车型以及庞蒂亚克Vibe和斯巴鲁Trezia。由于一些车型重复出现在多次召回行动中,因此需要修复的车辆总数为639万辆。

目前丰田还没有收到任何问题导致的受伤或死亡的报告,表示召回行动涉及到的问题,包括座椅导轨、发动机启动器等部件。

本届北京车展上,共有全球和亚洲首发车118辆,其中新能源首发车79辆,占比超过六成。许多跨国车企和国内企业,包括大众品牌和豪华品牌,都推出了新能源汽车或概念车。这充分显示出新能源汽车正大步从实验室走向市场,新能源汽车在各个汽车企业的未来发展越来越具有战略地位。

跨国企业携新能源车群起出动

大众汽车集团管理董事会主席文德恩教授19日在北京车展开幕前夕的大众汽车之夜上表示,大众汽车将发起“中国汽车工业史上规模最大的电动车行动”。

文德恩称,随着大众汽车品牌up!电动车今年上市和Golf电动车的随后上市,到2018年,集团将投资180多亿欧元用于最先进的车型、动力系统、环保技术及节能工厂等领域。据介绍,目前保时捷Panamera S E-Hybrid混合动力车型已经在中国上市,明年大众汽车集团还将有两款创新的插电式混合动力新车型发布。2016年,将有两款专门为中国市场量身打造的混合动力车型上市。

宝马也带来了旗下全新纯电动与混动两个版本车型宝马i3。宝马i3纯电动版是第一款车型主要由碳纤维材料制成的量产汽车。新车采用了可开门设计,不仅造型新颖,也方便乘客上下车。在北京车展期间,BMW提供部分BMW i3新车,让观众有机会

率先体验全新的个人交通出行方式。全新纯电动BMW i3即日起在中国接受预订,并将于9月正式上市。

在沃尔沃展台上,记者看到,中国市场同级车型中首款可量产的插电式混合动力车型S60L混动版概念车,在纯电动和混动模式的综合工况下,能实现低至约2升的百公里油耗,以极低的油耗完成超长距离的行驶。

中国品牌车企也将新能源车作为未来重点发展战略

首发车型中有比亚迪插电式混合动力车“唐”、江淮和悦iEV5电动车、北汽A0级电动车、一汽四款新能源车、比亚迪与奔驰戴姆勒合作研发的续航里程可达300公里的首款纯电动汽车腾势等。

作为中国新能源汽车的领军企业,比亚迪除了推出两款全球首发腾势电动汽车和插电式混合动力“唐”,还发布了“542”战略。比亚迪董事局主席王传福说,未来比亚迪将全面实施“542”战略,“5”代表百公里加速5秒以内,“4”代表全面极速四驱,“2”代表百公里油耗2升以内。“唐”就是依据542战略推出的首个产品。按照计划,明年将推出新能源汽车“汉”,后将推六驱动力车“明”。

中国一汽集团董事长徐建一在北京车展上正式发布了“中国一汽新能源汽车战略

规划”:到2020年,完成关键总成资源布局,做熟插电混合动力和纯电动动力平台,掌控核心总成资源;实现6个新能源车平台、16款车型全系列产业化准备,具备批量投放市场能力;市场份额15%以上,在自主新能源汽车中具有领先的技术优势和市场优势,成为中国新能源汽车领跑者。

东风日产乘用车公司也公布了启辰晨风纯电动汽车的上市时间表。启辰晨风将于今年9月份正式上市销售,全面进入私人消费市场。据了解,启辰晨风基于全球领先的纯电动汽车平台,采用层叠结构的薄片型高效能锰酸锂电池,匹配以全球先进的永磁同步电机,拥有长续航里程、充电便捷、强劲动力、高安全性等突出优点。

中国已经跨入“电动汽车进入家庭元年”?

目前我国新能源汽车发展仍面临诸多难题。产品能否经济适用、基础设施和服务是否便捷、国家是否实行鼓励政策以及消费者是否认同是影响新能源汽车推广的主要因素。

国家863“节能与新能源汽车”重大项目组专家组组长王秉刚说,到2015年底,我国计划推广33万辆新能源汽车,覆盖26个省份88个城市。而2014年1月至2月,我国新能源汽车推广总量不及3000辆,推广应用还面临一些问题。

通用未来5年将在华推出60款新车

科技日报讯(记者姜靖)通用汽车全球执行副总裁兼通用中国副总裁钱惠康在北京车展宣布:2014年至2017年期间,通用汽车在华合资企业将计划投资约120亿美元,以加快通用汽车在中国的产能扩张与新产品开发。

4月20日晚,通用汽车总裁丹·阿曼(Dan Ammann)表示:“去年中国市场销量约占通用全球总销量的三分之一。”他预计2020年的中国汽车年销量将达到3300万至3500万辆,是美国市场的两倍。基于此,通用在华再次增加提速,并提出了“全速前行,强化所有在华核心业务”的战略计划。

据了解,通用汽车计划在华投资的120亿美元将主要用于新车及改款车型开发、工厂建设与扩产、深化经销商网络建设、增强本土研发实力等几大方面。产品层面,即日起至2018年陆续推出超过60款全新及改款新车,重点锁定豪华车、SUV、MPV和小型乘用车等细分市场。

就在北京车展开幕前一星期,上海通用别克品牌发布了全新改款车型昂科威,在今年的北京车展上,雪佛兰品牌的首款小型SUV创酷也宣布上市。

“创酷的上市实际上是通用在中国小型

SUV市场布下的另一颗棋子。”丹·阿曼表示,“但是通用对于SUV车型的规划远不止于此,未来将有个别级别的SUV产品推向中国市场。”

通用计划在未来5年推出11款SUV车型。通用认为,中型及大型SUV的需求依然很大,通用汽车仍将大力发展这一领域。

除SUV外,通用发力中国MPV市场的号角也同期吹响。“2020年中国的MPV市场规模将从2013年的140万辆提升至280万辆,因此未来通用的MPV产品也将从别克、宝骏和五菱三个品牌延伸到其他的品牌。”丹·阿曼透露。

日产安迪·帕尔默:将把源自中国的汽车推广至全球

科技日报讯(记者姜靖)日产汽车在北京车展上全球首发了“蓝鸟·印象”概念车。这款车基于80后新生代生活方式开发的概念车,定位“突破传统理念的轿车”,是日产汽车第一款源自中国,面向全球的概念车。

这成为日产对中国市场的一个重大战略转变。日产汽车首席规划官安迪·帕尔默在接受采访时表示,将把源自中国的汽车推广至全球。

“我们看好80后——这个即将成为世界最大的消费群体所带来的市场。”安迪·帕尔默表示,中国的80后有2.4亿人,这个人口数量相当于日本的两倍,英国的四倍。“如果不去看重他们的想法,而单纯是把西方的东西来具有很大的发展潜力。”

■车展速递

“私人定制”车型哈弗H2量产版发布

4月20日,引领未来哈弗运动系列造型方向的准概念车型HAVAL COUPE在北京车展全球首发,同时国内首款“私人定制”车型哈弗H2量产版发布,其精英型四驱的预售价为10.58万元,预计将于今年7月上市。

HAVAL COUPE车身简洁流畅,搭载适时四驱插电式混合动力技术平台;cAD技术让整车四驱模式实现智能分配,保证整车动力性和经济性实现完美平衡,整车百公里综合油耗仅为2.2L。

哈弗H2搭载1.5T+6MT传动系统,采用T型中控台布局,配有双安全气囊、胎压监测、定速巡航、无钥匙进入系统、一键启动、倒车影像等丰富配置让这款车型更受青睐。作为一款“私人定制”车型,消费者还可以根据自己喜好打造独一无二的专属座驾。



沃尔沃汽车以“E驱智能科技”为核心



在北京车展上,沃尔沃再次明确了以Drive-E“E驱智能科技”为核心,迈向2020年“零排放、零伤亡”愿景的发展战略。Drive-E“E驱智能科技”动力总成的引入,显著改善了传统发动机的排放,达到动力与环保的完美平衡。同时,沃尔沃在混合动力领域不断探索,第一款量产混动版车型——V60插电式混合动力车,首批1000台产品未进展厅即销售一空的业绩在实践中证明了沃尔沃绿色驾控解决方案的科学性。而领衔本次车展的S60L插电式混合动力车更是在镜头的聚焦下完成了全球首秀,不仅再一次展现了沃尔沃源源不断的创新能力与新能源科技的领军地位,更作为中国市场同级首款汽油插电式混合动力车型,在助推中国市场可持续交通发展的道路上立起了第二阶段

我们又一里程碑。沃尔沃展台上的另一个焦点是亚洲首次集体亮相的三款全新概念车——Concept Coupe、Concept XC Coupe和Concept Estate。

我们比我们的对手更加支持合资自主品牌的发展。”

日产还开始将中国的人才融入全球库。“我们尊重中国的想法,并把中国的管理者调任至美国。”安迪·帕尔默说,日产希望中国的高层可以将来自中国的观点带至其他市场,帮助日产去更好地规划未来的发展战略。这种做法也是日产在其他市场通行的全球人才管理战略。

在技术上,日产目前正在着力推进的是纯电动汽车。安迪·帕尔默表示,日产汽车占据了全球47%的电动汽车市场份额。日产聆风已经销售了11万辆,并且今年相比去年有很大提升,这揭示纯电动汽车的趋势越来越明显。

汽车实现了对主流细分市场的全面覆盖,整体竞争力进一步增强。值得一提的是,这两款车是力帆汽车以全球视野打造的全新产品,在造车工艺、车型品质等方面全面升级,预计将在年内全球上市。

吉利汽车新标识发布

北京车展上,吉利品牌系列悬挂统一的新标识,这是首次向媒体及公众亮相,同样宣布吉利汽车全新品牌战略和产品架构。

新吉利品牌的标识以帝豪Logo为基础,融入了原有吉利Logo的蓝色,而这一造型的灵感来自于“健康男性的六块腹肌”。回归一个品牌后,吉利汽车未来将依托KC、FE(FrameworkExtendable)以及和沃尔沃联合开发的中高级模块化架构为基础,开发和升级“KC·帝豪·远景·金刚·熊猫”等几大系列产品,产品覆盖A00级至B级市场。

吉利控股集团副总裁、销售公司总经理孙晓东表示:随着新品牌战略及产品体系的不断升级以及渠道资源的重新整合,吉利汽车计划于2019年底前实现年销售120万辆的目标。

力帆820、X50即将全球上市

4月20日,力帆汽车在北京国际车展重磅亮相了首款中高端轿车力帆820及首款小型SUV力帆X50,它们的首发登场,令力帆

尽管如此,在国家政策的扶持和对汽车发展趋势判断的背景下,广大车企仍积极进入新能源汽车领域。目前,新能源汽车已纳入各大车企的重点发展战略。最新的市场数据也为车企布局增强了信心。据中国汽车工业协会统计,今年一季度我国新能源汽车生产6651辆,同比增长1.2倍,其中纯电动汽车4024辆,插电式混合动力2627辆。销售新能源汽车6853辆,同比增长1.2倍,其中纯电动汽车4095辆,插电式混合动力2758辆。

不仅市场开始回暖,各地酝酿的限牌政策均对新能源汽车“网开一面”,给新能源汽车带来重大利好。以北京、天津、广州等城市已出的限购政策为例,新能源汽车均可以直接获得指标上牌,享受政府补贴等。在北京,普通小汽车的摇号指标在2014年缩水近四成,配置机动车指标变为15万辆,但新能源车的配比率却逐年递增,从每年2万个将逐渐增加到6万个。

北汽集团董事长徐和谊表示,中国已经跨入“电动汽车进入家庭元年”,纯电动汽车市场未来将面临巨大的挑战,要获得竞争优势,必须保持技术领先优势。

“中国将是未来全球新能源汽车最大的市场,中国自主品牌新能源汽车应该向全球第一或者更高的水平迈进。北汽集团将在全球范围内整合各方优秀研发资源,在更高的层次上实现研发能力的提升,打造国际品质的自主品牌。”徐和谊说。

同时,丹·阿曼表示:到2020年,中国的豪华车市场将占总销量的10%以上,为此通用将在中国市场重点发展凯迪拉克品牌,并计划2014年至2016年间,每年在中国推出一款凯迪拉克的新车型。

丹·阿曼在接受采访时明确表示,欧宝退出中国的计划正按计划进行。目前正在跟欧宝经销商进行密切协商,处理好剩下的库存问题。至于消费者最关心的售后服务问题,丹·阿曼表示,会转给旗下其他品牌保证售后服务质量,可能是别克或雪佛兰,或者是凯迪拉克,目前暂时还没有确定。

越明显。“电动汽车将会是未来发展最快的细分市场,中国市场将在其中占据很大的份额。未来五年内中国的电动汽车市场将会产生非常大的变化。”

日产押注的另一个技术趋势是自动驾驶。日产是第一个承诺会量产自动驾驶汽车的企业。安迪·帕尔默表示,自动驾驶汽车必须像飞机的自动驾驶一样,飞行员只需要在起飞和落地的时候进行控制,在高空飞行过程中都是自动驾驶。日产正在开发可以达到这种自动驾驶程度的汽车,并且将在明年完成工程开发部分,进入应用开发的领域。到2020年,将会有第一台量产自动驾驶车型投放市场。

潜力无穷的中国汽车市场仍然令海外汽车巨头摩拳擦掌跃跃欲试,而且中国的中西部以及中小城市也进入了其扩张的视野。近日,在2014北京国际车展上,通用汽车总裁丹·阿曼与通用汽车全球执行副总裁兼通用汽车中国总裁钱惠康宣布了通用在中国市场的投资与发展计划。同时,他预计未来中国市场将保持这一地位。

与此同时,世界跑车制造商保时捷也表示,未来中国市场有望取代美国市场成为其最重要的市场,保时捷在中国的经销商网络也将进一步扩展。目前,中国已经是其在全球的第二大市场。

另悉,宾利汽车高层亦称,一直以来中国市场始终是宾利汽车全球发展中最重要区域市场之一。2013年宾利汽车在大中华区取得成功;今年一季度,宾利汽车在中国市场保持了强劲的发展态势,较去年同期增长19%。未来,宾利将不断发展和完善经销商销售服务网络,满足日益增长的中国消费者需求。

同时,世界跑车制造商保时捷也表示,未来中国市场有望取代美国市场成为其最重要的市场,保时捷在中国的经销商网络也将进一步扩展。目前,中国已经是其在全球的第二大市场。

另悉,宾利汽车高层亦称,一直以来中国市场始终是宾利汽车全球发展中最重要区域市场之一。2013年宾利汽车在大中华区取得成功;今年一季度,宾利汽车在中国市场保持了强劲的发展态势,较去年同期增长19%。未来,宾利将不断发展和完善经销商销售服务网络,满足日益增长的中国消费者需求。

同时,世界跑车制造商保时捷也表示,未来中国市场有望取代美国市场成为其最重要的市场,保时捷在中国的经销商网络也将进一步扩展。目前,中国已经是其在全球的第二大市场。



■政策播报

北京市开展车用柴油专项整治

根据全国打击侵权假冒办公室等中央八部门开展京津冀地区车用柴油专项整治的统一部署,北京市从本月开始至6月将在全市集中开展车用柴油专项整治。工商、环保、商务等多部门将紧密配合坚决打击劣质柴油,保护大气环境。

北京市专项整治将以城乡结合部、高速公路沿线、农村地区为重点区域,以成品油批发零售、加油站为重点环节,打击掺杂使假、销售劣质柴油和侵犯他人商标权的违法行为,保护消费者权益,维护市场秩序,保护大气环境,促进京津冀协同发展。

有关部门根据分工协作,进一步加强市场监管,确保在京销售的车用柴油符合京5标准。对不符合北京地方油品质量标准的企业,将其信用等级降至最低,列入重点监控名单,予以严加检查。对掺杂使假和销售劣质柴油情节严重、造成重大危害的,依法注销其成品油经营批准证书。对涉嫌犯罪的案件,依法及时移送公安机关追究刑事责任。

中国市场将成新能源车驱动力

咨询机构IHSAutomotive最新报告预计,2014年全球电动车和插电混合动力汽车的产量有望增长67%,至40.3万辆,增幅较2013年的44%进一步上升,其中中国将成为全球电动车普及度提升的重要驱动力。

中国商务部研究院22日发布的《2014年消费市场发展报告》指出,空气污染所造成的环境压力可能使“限购令”席卷更多城市,一线、二线城市的汽车消费或将遭遇行政力量干预的“天花板”,产销趋势面临较大不确定性;但新能源汽车将迎来明显利好。

商务部研究院消费经济研究部主任赵萍表示,今年将是电动汽车消费元年。政策、产品、设施“三位一体”协同推进,意味着今年将迎来中国汽车电子市场的蓬勃发展。

目前,新能源汽车推广细则已在包括北京、上海、天津在内的多个城市陆续落地。据中国汽车工业协会数据,2014年一季度中国新能源汽车生产和销售均比上年同期增长1.2倍,增速明显加快。

海外汽车巨头瞄准中国中西部

潜力无穷的中国汽车市场仍然令海外汽车巨头摩拳擦掌跃跃欲试,而且中国的中西部以及中小城市也进入了其扩张的视野。近日,在2014北京国际车展上,通用汽车总裁丹·阿曼与通用汽车全球执行副总裁兼通用汽车中国总裁钱惠康宣布了通用在中国市场的投资与发展计划。同时,他预计未来中国市场将保持这一地位。

与此同时,世界跑车制造商保时捷也表示,未来中国市场有望取代美国市场成为其最重要的市场,保时捷在中国的经销商网络也将进一步扩展。目前,中国已经是其在全球的第二大市场。

另悉,宾利汽车高层亦称,一直以来中国市场始终是宾利汽车全球发展中最重要区域市场之一。2013年宾利汽车在大中华区取得成功;今年一季度,宾利汽车在中国市场保持了强劲的发展态势,较去年同期增长19%。未来,宾利将不断发展和完善经销商销售服务网络,满足日益增长的中国消费者需求。