

新闻热线:010—58884102
E-mail:jy0231@sina.com

■ 责编 何晓亮 王月菊

找寻“红海”下的“蓝海” 凯翼汽车品牌正式发布

定位互联网时代汽车企业

□ 本报记者 何晓亮

■ 数字车市

267.16亿元

8月25日,比亚迪发布了半年度报告,比亚迪上半年实现营业收入267.16亿元,同比增长2.59%;净利润3.61亿元,同比下降15.52%。其中,比亚迪上半年新能源汽车销量增长迅速,同比增长6倍。

107.66亿元

广汽集团8月26日发布的2014年半年报显示,该集团今年上半年营业总收入约为107.66亿元,较上年同期增长约30.55%;归属于母公司所有者的净利润约为17.25亿元,每股收益约为0.27元,较上年同期增长约41.61%。

50亿元

由余姚市与宁波铭马汽车电动车辆工业有限公司、宁波悍霸汽车制造有限公司联合兴建的新能源汽车工业园近日落户余姚临山镇。该项目总投资50亿元,一期投资10亿元,主要生产新能源SUV型汽车,轻型、大中型客车,特种车辆,新能源汽车电控系统和电机等。

9.3亿元

力帆汽车计划在俄罗斯兴建一座全投资整车厂,投资人民币9.3亿元。产品将包括力帆820旗舰车型。除俄罗斯以外,力帆还在乌拉圭、伊朗、埃塞俄比亚、阿塞拜疆、乌克兰和越南利用进口自中国的散件总装汽车。该工厂投用后,将成为力帆在海外第8座工厂。

17%

日前,大众汽车集团发布数据称,今年1至7月其全球累计销量达578万辆,同比增长约6%;在华销量181万辆,同比提升近17%。大众汽车集团7月份在全球范围内向消费者交付了808500辆汽车,同比增幅达到6.7%。

486辆

一汽—大众汽车有限公司,将自2014年9月5日起,召回部分2012年至2013年款进口奥迪Q7(3.0 TDI)车型,生产日期为2012年3月25日至2012年7月28日。据该公司统计,在中国大陆地区涉及486辆。

北京汽车为申办 2022年冬奥会保驾护航

科技日报讯(何文)8月26日,北京2022年冬季奥林匹克运动会申办委员会(简称:冬奥申委)赞助企业签约仪式在京举行,北京汽车等8家企业成为2022年冬奥申委赞助商,将在工作用车、金融服务、信息化建设等方面为冬奥会的成功申办提供支持。北京汽车作为赞助企业,旗下40辆绅宝品牌轿车与6辆北京40越野车将为冬奥会申办工作保驾护航,全程提供活动用车服务。

此番为冬奥申委提供官方用车,正是北京汽车体育营销战略的递进和延续,不仅近距离向全世界人民展示了绅宝品牌的产品魅力,也令消费者在不知不觉中,感受到北京汽车崇尚拼搏、积极进取的企业精神。

北京汽车股份有限公司副总裁梁国锋表示,“能够最终成为2022年冬奥申委的官方指定用车,是社会各界对自主品牌的支持和信赖。这对于北京汽车来说是一种荣誉,更是一种责任。这不仅代表绅宝品牌和北京汽车,更代表了中国自主品牌在接受世界的关注和考验。我们希望绅宝D70能成一张代表中国智慧和制造的新‘名片’”。

自主品牌阵营,如今又增添了新生力量。8月28日,凯翼汽车在成都车展前夕举行品牌发布会,宣告其品牌正式成立,并发布了首款A级SUV概念车i-CX。对于这家全新品牌的定位与发展方向,凯翼汽车总经理郑兆瑞表示,凯翼的目标是成为创新的互联网汽车企业,致力于打造年轻人喜爱的智能互联网汽车。

以“智能互联”开拓生存空间

据了解凯翼汽车成立于2014年1月,是由奇瑞控股集团牵头成立的独立的集汽车研发、品牌营销和服务为一体的汽车企业。

作为一个新的汽车品牌,如何在竞争已呈白热化的中国汽车市场实现生存与发展,是凯翼汽车需要回答的问题。如今的中国,不但是全球最大的汽车市场,也是全球竞争最为激烈的汽车市场。据统计,2013年中国汽车市场年销量超过2000万辆,存在近百个汽车品牌500多个汽车产品,分别为美国的2.1倍和1.8倍。

对此,郑兆瑞表示,凯翼并不会走传统汽车企业的定位和发展模式,而是抓住时代潮流与行业趋势,选择“智能互联”作为切入点,找寻红海表面之下的广阔蓝海。

“随着互联网的发展,消费者对汽车智能互联的需求,电商发展对传统汽车营销模式的冲击以及能源危机、环境危机对汽车传统动力形式的挑战,将促使汽车业迎来行业性的变革。”郑兆瑞说。在他看来,凯翼汽车正是看到了这一发展趋势,希望结合奇瑞控股集团多年来在汽车行业探索和实践形成的技术资源、产能资源和人力资源,探索出一条全新的汽车行业发展模式。

郑兆瑞称,凯翼将会把计算机技术、互联网技术和传统汽车技术结合起来,向消费者提供更具智能互联功能的汽车产品。汽车将不再只是代步工具,而成为移动互联终端。

互联网思维营造“轻”模式

智能互联,如今成为全球汽车产业争相追逐的潮流。除了通用、谷歌等国外企业,上汽、北汽等中国企业纷纷与互联网企业建立跨界合作。相比之下,作为新生品牌的凯翼无论在资本、技术、经验等方面都不占优势。

对此,郑兆瑞的回答是:“凯翼将着力于打造以新、轻、精、智、赢为核心的竞争优



势。”即用互联网思维探索研发、生产、营销等环节,打造一个运用互联网创新发展模式的全新汽车品牌。

凯翼第一代产品设定了“5+1”的产品规划,所规划的产品体系少而精,主要是6款车型。这6款车型包括1款A0级SUV、1款A级SUV、1款MPV、一款基于SUV和MPV的CROSS、1款A级轿车和1款A0级轿车,未来通过升级换代不断提升产品力。

值得一提的是,凯翼汽车在生产方面,将有别于传统汽车企业,将以手机企业所实行的委托代工和租赁模式等,实现企业轻资产的运作。

“过去,汽车企业主机厂的标志之一就是拥有发动机生产线以及冲压、涂装、总装四大工艺厂房,这些工厂的投资动辄几十亿甚至上百亿,汽车成了一个重投资的行业,高门槛影响了汽车行业的创新与发展。而且中国汽车业经过十几年的高速增长,已经积累了大量的产能,使得凯翼轻资产运作模式变为可能。”郑兆瑞说。

而对于产品研发,凯翼将采取智能研发、联合创新、消费者参与相结合的研发模式。所谓智能研发,即通过模块化、标准化、通用化为一体的平台化,增强零部件通用水平并逐步减少产品研发周期。而联合创新则指在通过与互联网企业成立“联合试验

室”,开发基于未来产品的智能互联系统。据悉,凯翼已经与国内多家知名互联网企业洽谈战略合作,共同开发智能互联网汽车系统。另外凯翼还将首次在汽车行业尝试让消费者参与研发。郑兆瑞表示,消费者对产品的需求将是企业研发的原则和方向,凯翼将与消费者共同研发。

■ 相关链接

凯翼首款概念车i-CX亮相

发布会现场,凯翼发布了旗下首款概念车——i-CX,一款A级SUV概念车,将采用1.6TCI/1.4TGDII/插电式混合动力三种不同的动力形式,搭载6MT/6DCT变速器以及全时四驱驱动。

凯翼i-CX概念车设计灵感来源于自然界雄鹰力量与灵动的融合,前脸格栅与前大

灯呈现鹰翼式设计元素,而侧面腰线以及突出轮廓的设计则增添了不少运动感。此外i-CX概念车还配备了一款全景玻璃,箭头风格的线条十分有特点。车身尺寸方面,其长宽高依次为4577/1946/1709mm,轴距达到2800mm。未来,凯翼还将充分考虑用户需求,增加更多智能化、科技化配置。

凯翼:凯旋之翼

凯翼名称出自于古文——凯风自南,振鳞奋翼。品牌LOGO由2部分组成,下面的V字型代表胜利、凯旋与价值,喻示实现客户价值、社会价值是企业实现自我价值的胜利之道。车标上面是一对飞翔的羽翼,为翱

翔之翼,喻示企业蓬勃向上,展翅高飞。英文名“COWIN”是一个组合词,“Co”代表着携手联合;“Win”意为赢取达到、获得成功。“COWIN”意为“携手联合同心共赢”。

你的车“免检”吗?——快速看懂机动车验车新规

□ 新华社记者 罗沙 邹伟

我国将自2014年9月1日起执行6年以内的非营运轿车和其他小型、微型载客汽车(面包车、7座及7座以上车辆除外)“免检”制度。您的爱车是否享受“免检”?车检新政后如何检验车辆?记者为您解答疑惑,快速看懂车检新政策。

车主问:“免检”,就是说6年期间啥也不用办了?

记者速解:车辆定期检验是我国道路交通安全法规定的,小型私家车6年内每2年检验1次,6至15年每年检验1次,15年以后每半年检验1次。

此次车检新政策免除的是6年以内小型私家车每两年一次的“上线检测”,也就是说每2年需要定期检验时,车主需提供交通事故责任强制保险凭证、车船税纳税或者免征证明,并在处理完交通违法、交通事故后,直接向公安交管部门申请领取检验标志。

一句话看懂:“免检”也别忘了定期去领标,不然是要罚款的。

车主问:我的车登记日期是X年X月,享受“免检”吗?

记者速解:机动车登记日期在2010年9月1日前的,车辆从下次检验开始均需每年上线检测一次,满15年的需要每半年上线检测1次。

机动车登记日期在2010年9月1日至2012年9月1日,车辆在下次定期检验时可免于上线检测,满6年后需每年上线检测一次。

机动车登记日期在2012年9月1日后的,车辆在从登记日期开始6年之内的两次定期检验均可免于上线检测,满6年后需每年上线检测一次。

一句话看懂:9月1日后,私家车均为登记日期开始满6年才需上线检测。

车主问:我的车是7座的,是否在“免检”之列?

记者速解:根据新规,对于交通安全责

任大、易引发群死群伤交通事故的面包车和7座(含)以上车辆,此次暂不纳入免检范围。

一句话看懂:面包车和7座车6年内仍需每2年上线检测一次。

车主问:“免检”范围还有什么限制?

一句话看懂:有“前科”,不“免检”。



专家称我国专用车面临内部危机

科技日报讯(柯衡)近日,在2014中国(上海)专用车产业发展国际论坛上,中国国际贸易促进委员会汽车行业分会会长王侠表示,由于外部经济环境正在发生变化,经济下行压力非常大,以及行业自身的问题积累,给专用车发展带来巨大阻力。例如,今年发生了一连串的危化品运输车恶性交通事故,专用车企业生产违规车辆、买卖合格证、生产

一致性等问题也被媒体频频曝光。

他认为,从外部环境看,国家通过“微刺激”的宏观调控手段,对高铁、棚户区改造、保障房建设、城市基础设施建设、农村水利设施建设等项目进行重点支持和投资,保证了国内市场对专用车的需求,为专用车企业转型升级提供了一个难得的过渡期。专用车企业应大力发展服务业和新兴

产业,在传统产业升级,以及需求结构、产业结构、城乡结构、区域结构调整过程中发现更多的机会。

对于专用车的自身问题,他认为,专用车行业自身问题带来的危机比外部环境带来的压力更加可怕。背后的原因有行业管理的问题,有使用环境的问题,也有监管不到位的问题等。他表示,我国专用车行业

不缺标准法规、准入制度或生产一致性管理规定,问题的核心在于多头管理、有法不依、执行不力。在这种情况下,要想彻底解决行业自身长期积累的问题,关键在于预防、执法、监管,以及违法违规之后的惩戒。对此,汽车行业需要创新管理体系和模式,这是包括专用车在内的汽车行业借四中全会推动依法治国所要解决的问题。

■ 政策播报

四川谋建千亿新能源汽车集群

来自四川省政府官网的消息,在近日举行的四川汽车产业发展投资洽谈会上,四川省提出,将汽车制造产业特别是新能源汽车确定为四川省重点培育、支持和发展的新兴产业之一,努力把新能源汽车产业培育成为千亿产业集群。

据四川省投资促进局的消息显示,包括19家世界500强企业、16家中国500强企业和34家中国汽车行业100强企业在内的中外车企参加了洽谈会,共签约正式合同和框架协议项目48个,总投资额达500.9亿元,其中新能源汽车项目为重头戏。在洽谈会上,6个重大项目进行现场集中签约,投资额121亿元,分别是一汽-大众(成都)基地整车(四期)扩能项目、中国高科(绵阳)西部新能源汽车产业园项目、合肥丰华汽车零部件(遂宁)商用车车架总成及汽车零部件生产项目、中国航空技术(广安)新建新能源电动汽车项目等。

我国汽车售后服务满意度上升

日前,J.D. Power亚太公司发布了2014年中国售后服务满意度研究(CSI)。数据显示,中国汽车授权经销商的总体售后服务满意度水平在2014年稳步上升,主流车和豪华车品牌之间的满意度差距缩小。

豪华车品牌的满意度得分从2013年的849分上升至2014年的855分(1000分制),主流车品牌的满意度得分从2013年的811分上升至2014年的824分。主流车和豪华车品牌之间的售后服务满意度差距继续缩小,从2013年的38分缩小至2014年的31分。研究表明,用户重视经销商提供的快速快保服务。在主流车细分市场中,“快速快保服务”这项关键绩效指标(KPI)对总体满意度的影响力最大。如果维修保养服务在当日两个小时内完成,客户满意度得分为828分;如果服务时间缩短至一小时以内,客户满意度得分就会上升到855分,比细分市场平均得分(824分)高31分。

北京首批行业认证二手车上市

近日,首批经过中国汽车流通协会认证的“二手车”,在北京亚运村汽车交易市场上市。这些二手车按照国家标准,经过了114项检测。中国汽车流通协会表示,行业认证书具备法律效力,如果发现鉴定报告与车辆不符,将“错一赔十”。

据了解,在今年的6月份,国家质检总局、国家标准委员会是颁布了二手车鉴定、评估技术规范,在此基础上经过中国汽车流通协会认可的专业二手车机构的评估按照国家标准对车辆进行114项检测,保证无水泡、无火烧、无重大碰撞事故,车辆使用年限在7年之内,行驶里程在15万公里以内,满足这些硬性条件的二手车都有一份由中国汽车流通协会开具的行业认证书。目前在北京的亚运村汽车交易市场,有200多辆二手车拥有这个行业认证书,来保证二手车的质量。