

告诉你汽车的核心竞争力!

热点追踪

# 奇瑞迈出回归第一步

## M16正式定名“艾瑞泽7”

□ 本报记者 何晓亮

继上海车展主动放出回归信号之后,经历三年多内部转型的奇瑞,今天迈出了实质性的第一步。

近日,奇瑞汽车正式对外宣布,全新品牌形象发布后即将上市的首款车型M16(内部车型代号)正式定名为“艾瑞泽7”,英文名之前公布的“ARRIZO 7”。同时,“艾瑞泽”及“ARRIZO”确定为M16所在产品系列的中英文名称。

### 新车名“洋”味十足

未来该系列产品将采用“中(英)文名+数字”的命名形式,不同数字分别代表各车型级别、两厢、三厢及变形车等,“艾瑞泽7”中的数字“7”代表A+级三厢车。

ARRIZO词根“RIZO”在西班牙语中的意义为水滴、波纹、涟漪,这与ARRIZO系列产品“灵动感水流畅车身”造型语言完美呼应。在西班牙语中,“ARRIZO”还可引申为

“稳定”和“平衡”之义,与奇瑞iAUTO均衡智造技术平台的均衡理念相符合,也代表了iAUTO下CHERYSMAX智衡整车精益体系所带来的稳定及可靠的整车品质。此外,“ARRIZO”还有“高档”、“品质”之意,体现出该系列产品崇尚品质、追求国际化的内在基因。

中文名称“艾瑞泽”来自其英文ARRIZO的直接音译,有“上善若水”的寓意。首字“艾”意为美观、秀美,体现艾瑞泽注重完美的设计理念。“瑞”出自“奇瑞”,体现了与奇瑞母品牌的传承关系,也和“奇瑞”之“瑞”一样,预示了吉祥顺利;艾瑞泽中的“泽”为泽被大地之意,一方面体现了艾瑞泽的设计灵感来源于“水”元素,并寓意充满生机、满怀希望,另一方面也寓示艾瑞泽的足迹无所不至,胸怀天下。

### 产品架构精简清晰

随着艾瑞泽这一名称的确定,一个奇

瑞品牌战略下的全新产品架构梳理工作也宣告完成。奇瑞汽车未来将逐步形成4大产品系列,分别为QQ、风云、瑞虎和艾瑞泽系列。曾经一度备受诟病的混乱产品线,变得清晰明确。

其中QQ系列会承担所有的A00级产品,为追求时尚、快乐精神的用户打造;风云系列(Fulwin)产品覆盖从A0级到A级产品,定位偏向于注重家庭、实用的用户;瑞虎系列(Tiggo)继续主打喜爱SUV车型的用户,上海车展中展出的β5概念车将量产成为瑞虎系列下一款产品;艾瑞泽系列(ARRIZO)产品覆盖从A0级到B级产品。

奇瑞汽车方面表示,在过去十几年的发展,奇瑞逐渐完成造车核心技术和经验的积累,并伴随着中国汽车市场的高速增长连续多年摘得自主销量桂冠,实现了第一阶段的完美收官。如今中国汽车市场形势已发生显著变化,为应对消费需求的

持续升级,奇瑞汽车在品牌、技术和体系等方面积极焕新,进入了更注重品质、品牌和国际化的第二阶段。艾瑞泽7正是第二阶段起始的代表作品,它肩负着开拓疆土的先锋使命。自此,未来的产品将随着奇瑞技术的持续创新,不断进入国内甚至国际汽车领先领域。

### 技术仍是主打曲调

一直以来,奇瑞都是以技术上的自主创新,作为区别于其他自主品牌的标志。此番重装上阵,技术仍旧是新奇瑞说得最多的东西之一。

据了解,与奇瑞新品牌同步发布的iAUTO核心技术平台将成为艾瑞泽7的技术标签,iAUTO是奇瑞汽车凭借多年来自主技术积累、导入国际领先标准打造的具有高科技、标准化、前瞻性的核心技术平台,具有可持续



发展的优势。由CLOUDRIVE(智云娱乐行车系统)、ACTECO(智效动力总成系统)、CHERYSMAX(智衡整车精益标准)三个部分组成。

同时,艾瑞泽7是在“由市场到市场”的V字型正向开发流程下开发的。该流程在艾瑞泽7上首次实现,无论对于奇瑞还是消费者都有着深远意义和影响。第一,正向研发确保企业造车真正做到从市场出发,生产出的产品可以切实满足消费者需求,并以此来实现公司战略目标;第二,正向研发使得企业能够实现平台化、规模化运作,

通过车型平台沿用,实现持久的高品质低成本开发优势,也可使消费者获得高性价比的产品;第三,正向研发使得企业能够获得核心技术,对于一个致力于成为国际化的汽车企业来说,核心技术是实现这一目标的根本。

“自主品牌要经历由大到强跨越,必须实现完全自主的正向开发,否则始终无法形成自身的核心竞争力。”业内人士曾分析指出,“奇瑞实现正向研发,对目前处于发展探索阶段的自主品牌而言,也有着深远的影响,具有很大的学习和借鉴价值。”

谈车论道

# 王者归来并不总以喜剧收场

□ 何晓亮

好莱坞巨星施瓦辛格最带劲的台词,莫过于《终结者》里的那句:“I will be back(我会回来)”。英雄不管是暂遇打击,还是一度沉沦,一番批评与自我批评之后,总能满血复活,将那些总是废话特别多的反派一打倒。

但是,当故事的地点换到了太平洋另一头的中国汽车市场,主角换成了“好久不见”的奇瑞,这套美国文化的俗路子,还能管用

好使么?

老实说,自三年前关注并追踪报道这家自主品牌的转型开始,我一直都是其最坚定的支持者。之所以在当下这个更流行“报丧不报喜”的媒体时代一直说积极的东西,原因很简单:首先,中国不能没有自己的汽车;其次,奇瑞有值得期待的东西。最后,也是最关键的,是中国的汽车市场尽管增长放缓但未饱和,故事离结局还远得很。

说到奇瑞让人值得期待的东西,抛开“技术”、“品牌”之类虚虚实实的说辞,最宝贵的不外乎是一种愿意自省的态度以及“那些年一起犯的错误”。总说摸石头过河,实际上摸石头最多的就是我们的自主品牌。要尊严就要不外来援,拿着别人淘汰的东西可以起步,但之后往哪儿走、怎么走、走几步,只能靠自己东一榔头西一棒子的尝试。在这种条件下还能提到现在的,必然都是善于

总结经验,吸取教训,亡羊补牢学得最好、做得最快的。而奇瑞就是一个最好的例子:在日子尚且滋润的时候,主动拿自己开刀;在人人哄抢的时候,自己紧闭过;头天犯的冒进错误,今天就去知道“断臂自救”地改。这一点,真的不错。

所以,尽管对“艾瑞泽”这个听起来怎么都觉得别扭的新产品尚有意,但是它之于奇瑞的意义我还是非常理解的。与之前的

概念车相比,它真正打响了奇瑞回归的第一枪,就像电影里播响了主人公登场时独有的旋律。

但是,正如所有的王者归来,并不总以喜剧收场一样。对奇瑞而言,仅仅三年多的时间,这个曾经熟悉的市场就已经发生了太多的变化。合资与背后的外资正在最大限度地、以各种方式挤占自主品牌的自留地;一些曾经齐头并进的国内同行,依靠正确决

策与坚强的毅力正在或即将冲出重围,并拉大了彼此的间距;价格已经不再是消费者掏钱的第一考虑。品牌与服务才是难度更大的新一轮考验;国家层面以及全社会对节能降耗、环境保护方面的要求,只会更严更高……面对这些,政府一再的庇护,过往技术、营销等资源的积累,公众的爱国心态等等,都不是保证万事OK的包票。在这个中国市场化、国际化程度最高,竞争最惨烈的行业里头混,只能靠自己。

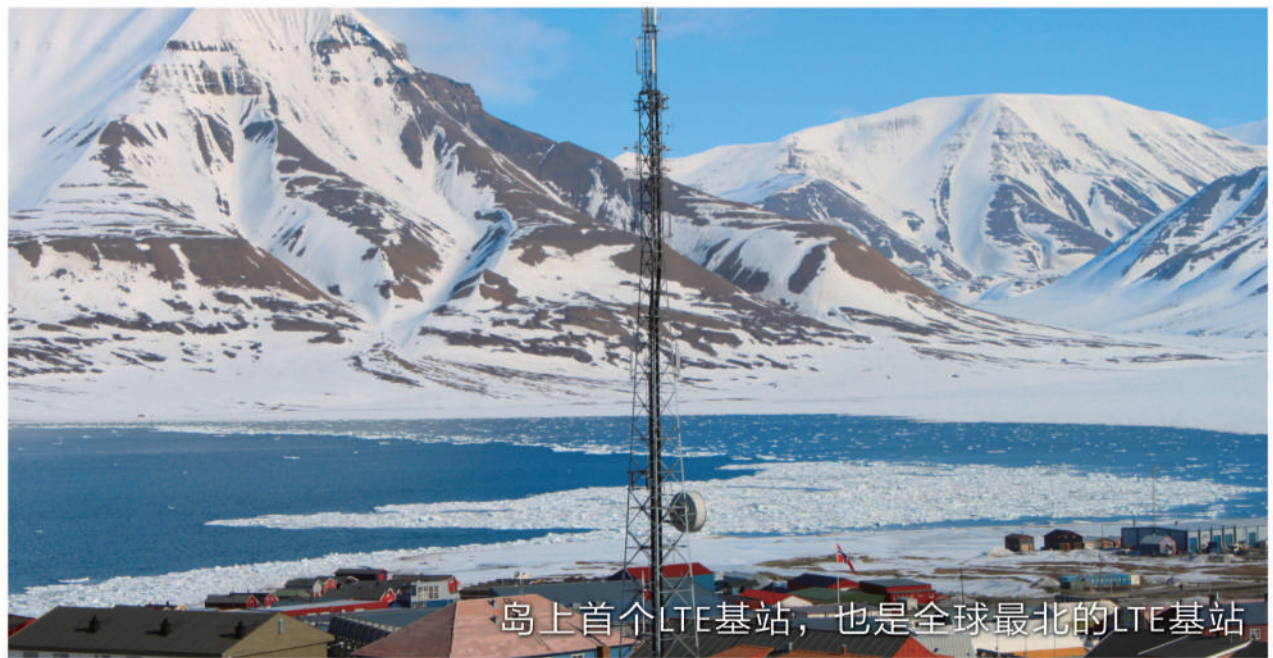
“终结者”施瓦辛格后来去当了州长,达到了人生顶峰。离任之后很想再试试身手,但最终发现只能接到“重要”的配角角色。当然,他已经太老了。时间应该会更偏爱长江边上那个16岁的少年。



工作人员正在进行网络调试



前往基站搭建地点的途中



岛上首个LTE基站,也是全球最北的LTE基站

挪威代表处产品经理王长冕拍摄于斯瓦尔巴特群岛

## 即便在偏远艰苦的地区,也要实现网络覆盖

2011年5月,我们为客户在挪威的斯瓦尔巴特群岛建设无线宽带,当地居民将迎来岛上首个LTE网络。

这里临近北极点,距离挪威大陆两千公里,最低气温接近零下50摄氏度。因为岛上地形复杂,我们使用了雪地摩托、叉车、直升机和小型飞机等各种工具来运输设备。同时还得随身配备上膛的猎枪,预防北极熊的攻击。

 HUAWEI  
华为,不仅仅是世界500强