

新闻热线:010-58884102

E-mail:jj0105@126.com

■主编 矫阳 责编 何晓亮 陆鸣

■数字车市

超2万辆

受到年初节假日购车需求量的释放,以及部分城市的限制政策刺激,在刚刚过去的3月份里,国内乘用车市场仍然展现了供需两旺的态势。月度销售超过2万辆的车型也达到了12款之多,其中大众和通用依然占据了最多席位;自主品牌中有五菱宏光、哈弗H6、长安欧诺上榜,但自主轿车车型没有上榜车型。

485辆

吉林长春产权交易中心表示,自2013年11月底至今,长春推出了八轮公车拍卖,受到百姓欢迎,共成交485辆。

2013年底,中共中央、国务院印发的《党政机关厉行节约反对浪费条例》中提出,党政机关要坚持从严从简,降低公务活动成本,取消一般公务用车。随后,各地陆续启动公车拍卖,受到广泛关注。

300个

南京计划兴建300个电动汽车充电站,这个消息令很多电动汽车知名企业打算进军南京这一市场。本月初,美国风头最劲的电动汽车“特斯拉”驶进南京展出,吸引大批市民围观。

69177辆

新沙口岸作为华南地区最大整车进口口岸,今年一季度,新沙口岸共进口汽车69177辆,同比大幅增长37%;价值32.2亿美元,同比增长48.88%。

据悉,新沙海关以严密监管为前提,为进口汽车“量身定做”了优先报关、预审价、预归类以及预约通关、网上支付等一系列的便捷措施,同时大力运用科技手段提升进口汽车通关效率,在全国率先将RFID技术和“二维码”技术嵌入汽车通关作业中,使汽车联系单签发工作时缩短一半以上。

江淮北京车展发布iEV5纯电动汽车

全新设计令续航里程达200公里

□何晓亮



全新一代爱意为电动车iEV5在北京车展正式亮相,并在年底正式上市销售。与之前4代爱意为电动车不同,iEV5基于江淮

全新纯电动乘用车平台(iEV)打造,续航里程提升至200公里。值得一提的是,江淮和悦iEV5电动车还是国内首款完全正向开发

的小型5座纯电动轿车。

江淮爱意为电动车自2010年推出第一代车型以来,截至目前销量已突破5.3万辆,这对国内低迷的纯电动车市场来说已经是不错的销售成绩。“未来江淮新能源车的发展方向以纯电动车为主。”江淮乘用车营销公司副总经理李建华表示。

和悦iEV5最大的亮点是搭载了全新电动车专用底盘,车身尺寸也大幅加长。和悦iEV5长宽高分别为4310mm/1710mm/1500mm,轴距为2490mm,与第四代爱意为电动车2400mm的轴距相比,轴距加长了90mm,这意味着iEV5有更大的车内空间。此外,2490mm的超长轴距也让其在同级别电动车中脱颖而出。

和悦iEV5不仅采用全新平台打造,外观和内饰上也较上一代产品有了大幅提升。从外观上看,新车前格栅采用了六边形的设计,三层镀铬装饰条增添了前脸层次感,透镜大灯组内加入镀铬装饰条,时尚动感;蓝色的江淮车标显

示其新能源车身份。车身尾部延续前脸圆润的风格,尾灯设计别致,后备箱及后保险杠都配有镀铬装饰,给尾部增添了几分层次感。

iEV5内饰采用了全新设计,黑色和米色双色搭配,简约时尚。车内中控及仪表区域均采用硬质塑料材质,纹理清晰,颇有质感。中控台使用大面积米色,在被黑色包围的内饰中并不会显得突兀,别具一格。

在米色的中控台上,圆形空调口像两个大眼睛,炯炯有神,空调口和变速箱挡杆加入蓝色点缀,让内饰显得科技感十足。从图片中看,iEV5配有多功能方向盘,行车电脑、蓝牙电话、影响控制等功能。音响系统带有USB和AUX扩展功能,相信能得到不少年轻消费者青睐。

动力方面,和悦iEV5将搭载一台永磁同步电机,最大功率50kW,最大扭矩为210Nm,提供电量的是23kwh的三元锂离子电池。在续航里程方面全新和悦iEV5也有较好的表现,续航里程高达200km。与北

汽E150 EV等同级别竞争对手相比,和悦iEV5在续航里程上略占优势。

除新能源汽车,本次北京车展,江淮汽车乘用车的参展阵容可用“全明星”来形容,MPV、SUV和轿车三大品牌类均有强力新品牌推出。作为以MPV为乘用车开端的江淮汽车,本届车展以全系MPV阵容强势登场,其中包括集轿车、MPV、SUV“三合一”于一身的江淮新和悦RS以及秉承空间成就自由理念的江淮瑞风M5等。SUV领域则有新一代城市SUV瑞风S5和新款小型SUV和悦S30等。轿车方面江淮同样有力作展出,高端商务轿车真身显露,时尚家轿和悦A20也极具看点。此外,全新的新能源车iEV5和由江淮意大利设计中心打造的概念力作SC-9,也成为展会镜头中的焦点。在商用车范畴,江淮以高端轻卡帅铃领衔,携皮卡、微卡、星锐等多款轻型商用车产品共同出击,显示出江淮商用车军团已经瞄准城市“轻物流”这一新兴概念市场。

长安汽车发布全新乘用车品牌SLOGAN

第二款战略SUV长安CS75正式上市

科技日报讯(何文)在本届北京车展上,依托全球研发体系的长安汽车携强大产品阵容参展。不仅发布全新的品牌SLOGAN,一直以来备受市场和消费者高度关注的CS75也实现正式亮相。

在城市SUV已经成为市场消费主流的时代,自主SUV的竞争已白热化。2013年9月份,长安首款中型SUV CS75

在法兰克福车展首发,受到国外媒体高度关注。今年北京车展,这款备受期待的SUV将正式上市,给目前的国内SUV市场带来强劲冲击。从外观上看,长安CS75设计大气、时尚,凸显了城市SUV的精致感,也体现出长安汽车SUV设计的成熟。同时,长安汽车所具有的日益国际化的品质保证和高安全性,也将在这款车

上得到淋漓尽致的体现,可以肯定的是,CS75的即将上市,将为长安汽车带来又一款新生命的经典之作。

近年来,长安汽车发展有目共睹,发展神速。随着长安汽车国际化战略的顺利实施,以及一系列车型的热销,长安汽车的市场销量也突飞猛进。在刚刚过去的2013年,长安集团以220.33万辆的产销量稳居

行业第四,其中,自主轿车销量增速高于行业43.27个百分点,细分市场增速位居第一。根据世界汽车产业专业调研公司FOURIN(富欧睿)发布的统计数据,长安自主品牌销量连续七年稳居中国第一,也是唯一自主品牌车型产销量过百万辆的中国车企,累计用户数量已近1000万。在这种背景下,长安汽车希望通过全新的品牌口



号,开启全新的品牌历程。这无疑给目前市场份额日趋下降的中国品牌带来更为强劲的正能量。

行在赛道上的责任

□王晓雅

引言:

汽车竞技是车企对外展示品牌与产品的一扇窗,南京依维柯却更习惯于将它当成一面镜子,在镜子里的赛场上,我们看到的不仅是产品的性能与品质,更是企业的一份责任。

新中国成立60多年来,我国的经济实力和综合国力显著增强。特别是自2001年加入WTO以来,中国经济以年均9.8%的增长速度领跑世界。作为国家支柱产业之一的汽车工业也得到迅速发展,汽车产销量快速增长,2009年,我国汽车工业产销量首次

双双突破1000万辆大关,分别以48%和46%的增速跃居世界第一。2013年,更是以双双超过2000万辆的成绩连续第五年蝉联全球第一。

单以数字而论,这无疑是一个非凡的成绩,但与此同时,另一个让人尴尬的事实

却始终困扰着中国汽车人,那就是,我们依然未能拥有哪怕一个真正的世界级汽车品牌,产销量越高,“大而不强”的矛盾就越显严峻。在这新的历史时期,中国汽车行业如何发展、如何实现“由大变强”的转变,已经成为所有中国车企必须面对和解决的首要问题。

与所有的国内车企一样,作为中国三大汽车集团“上汽集团”的重要组成部分,作为中国商用车领军企业之一的南京依维柯,多年来一直在不断地创新与积累中,探索着从“中国制造”到“中国创造”的最佳途径,并提出了一个全新理念,既介于这两者之间的阶段——“值得信赖的中国制造”。

南京依维柯相关负责人在接受采访时这样说道:“品牌的创建、发展、巩固和

成型需要一个长期的积累过程。我国汽车工业的起步较晚,在技术和欧美以及日本等国家相比,仍然存在着不小的距离。因此,在竞争日趋激烈的全球化市场格局下,中国汽车要想继续扩大销量,完成由大到强、以量变质的转变,首先必须以全球市场为目标,以国际化战略为指导,在学习中积累经验,创新科技。与此同时,我们还要借助不同形式的平台,让消费者了解我们的品牌和产品,并借此进一步提升企业整体实力。这其中,有着百年历史的赛车竞技,无疑是我们展现自我,完善自我,在全球市场树立‘值得信赖的中国制造’形象的理想舞台。”

毫无疑问,赛车运动是车企树品牌、推产品的一道捷径。F1赛场上的法拉利、

WRC赛道上雪铁龙……一些国际知名车企已经通过这些赛事向世界证明了他们雄厚的科技实力。在中国市场,自2004年世界一级方程式锦标赛进驻上海以来,经过10年的发展也涌现出一批与赛事共同成长的车企。然而这其中几乎都是乘用车企业,涉足其中的商用车企寥寥无几,值得庆幸的是国内知名商用车企业南京依维柯以敢为天下先的开拓精神,再次引领中国商用车企业,踏上一条全新的赛道。

2012年,在经过数年的经验积累和准备工作之后,南京依维柯车队正式成立,南京依维柯战车的荣耀征途由此启动。2012年环塔拉力赛柴油组原厂厂商杯和卡卡组双料冠军;2013东川泥石流国际越野赛卡卡组冠军;2013中国首届越野拉力赛T2量产卡卡组厂商杯和T4卡卡组厂商杯冠军;2014漠河国际冰雪汽车越野赛T2.2和T4组的冠军。短短两年的时间,南京依维柯车队跨越新疆、昆明、敦煌、漠河,历经沙漠、冰川、高温、高寒等多项极限挑战,通过一场又一场高难度的汽车赛事,用一个又一个的优异成绩,向世界展现着“中国制造”的可靠品质,在全球用户心中树立起“值得信赖的中国制造”。

“无论做什么事,都要接地气,要让消

费者听得见、看得见、摸得着,这是对企业负责,更是对用户负责。”南京依维柯车队负责人表示,“一方面,我们通过不同的比赛环境和路况来检验产品性能,这是提升车辆综合能力的最佳途径。另一方面我们希望能以‘勇于挑战极限,敢于突破自我’的正能量,号召更多的商用车企积极参与到这场良性的比拼之中,在实战中相互学习,共同进步,以更安全、更可靠的产品为用户创造更大价值。”

正如南京依维柯所言,竞技汽车赛事既是企业树品牌、推产品、对外展示企业实力的一扇橱窗,同时也是实地检验产品性能,提升产品品质的一面镜子。在镜子里的赛场上,我们看到的不仅是产品的性能与品质,更是企业的一份责任。“天行健,君子以自强不息;地势坤,君子以厚德载物。”——因为尊天道,所以中华民族自强不息;因为顺地道,所以我们有厚德承载责任。千年以降,天行健的精神已经深深地烙印在亿万国人的血脉之中,一人如此,一家企业亦如此,而能力越大,责任也越大——在这息息相关的全球市场,以天行健的民族精神,打造“值得信赖的中国制造”,这正是南京依维柯和所有国内汽车生产企业必须做,正在做的。

