

# 汽车周刊

周刊线 0511-85026215  
13004364280 18651289068

协办单位 镇江奥达-奥迪 4S 店  
销售热线:8511 1111 服务热线:8595 5555

## 自主品牌的进步不应等同更多产品



2011年对于自主品牌来说算得上是瓶颈之年,车市总体增长放缓,自主品牌首当其冲受到影响,份额不断被合资品牌抢占。但在市场衰退的同时,我们的确也看到了自主品牌努力,产品被密集地推向市场,细分化程度也越来越高,但事实上,漫长的产品线并没有为自主品牌打开出路,反倒是为未来的发展埋下了雷。

一款车不好卖,就改个品牌,换个壳再上市的方式已经成为自主品牌的普遍做法。但事实上,这样的做法杯水车薪,根本不能帮助品牌摆脱困境。不断推出的新产品中没有几款是真正意义上的成功车型,销量普遍处于同级别车型平均量之下的这些产品只能是稀释、浪费厂商的资源,并不能带来太多正面影响。从消费者来说,这种换汤不换药的做法也越来越忽悠不起来了。

仔细盘点今年自主品牌企业推出的新车,真正用到了新技术的屈指可数。老平台、老发动机比比皆是,叫喊了多年的技术自主并未有太多落实到量产车型上。

技术的停滞不前还只是问题之一,品牌和产品线的混乱也同样给消费者带来了困扰。自主品牌企业在原来母品牌基础上推出的各种子品牌比比皆是,就连汽车口的记者也很难做到清楚分辨。

基于合资公司体系的合资自主品牌也存在这样的问题。用老车型老平台,甚至连设计都不做大的改动就推出新车,这种态度的确令人寒心。合资企业通过这种方式的确可以快速打入低端市场,形成对本土自主品牌的优势,但并不真正为中国汽车工业的进步带来核心的动力。

自主品牌企业不应该继续铺摊子了,更多车型并非评价发展的指标,深耕技术与营销之道才是未来的方向。每一家自主品牌企业都应该至少有一款像高尔夫、花冠、凯美瑞这样真正称得上成功的产品,而不是将资源分散到各个角落。我们需要的自主新车是技术上有说服力、成熟稳定并且市场表现强势的产品,而不是品牌数量的堆砌和产品线的无谓拉长。(明明)

# 面临决战关头 新能源汽车的“中国式焦虑”

十年发力,中国一度成为世界新能源汽车发展的风向标。

从上至下,均对之寄予厚望。北京奥运、上海世博、广州亚运、深圳大运,我国新能源汽车频频亮相,“战绩”不俗,好评如潮。

从2009年开始,由发改委、科技部、工信部、财政部四部委共同组织启动的“十城千辆”的节能与新能源汽车示范推广试点工作,如今已发展至25个城市公共领域示范和6个城市的私人领域示范。表现突出的深圳市,近三年来新能源汽车累计实现安全行驶里程超过9500万公里,其中公交8800万公里,出租车700万公里以上。

然而,尽管如此,我国新能源汽车的发展却并未如当初人们所想象的那样快速。刚刚率督导组去各示范城市调研归来的863计划节能与新能源汽车重大项目监理专家组组长王秉刚表示:“有些方面与预想有差距。”

2011年的最后几天,当业内最重量级的各界人士齐聚北京“电动汽车科技发展座谈会”,科技日报记者从他们口中,体会到一种新能源汽车发展的“中国式焦虑”……

### 国际竞争压力加剧

“国际电动汽车产业开始明显的加速,国际汽车巨头电动汽车研发和产业化的步伐不断加快,使得我们电动汽车自主创新 and 自主发展所面临的国际竞争压力加剧。”会议伊始,主持人、中国汽车工程学会秘书长付于武便如此直言。

据科技部高新司副司长陈家昌考察了解,这几年韩国在燃料电池技术方面发展非常快,带给我企业的压力陡增。“原来我们做燃料电池技术的时候,一般都是看看美国、加拿大、欧洲和日本,对韩国没有太多关注,当时他们对此不是太感兴趣……”



而一份来自德国的资料显示,该国正计划投资140亿欧元建设电动汽车创新平台,远超过我国已经投入的加上未来10年的投资总和。

863计划节能与新能源汽车重大项目总体专家组组长、清华大学教授欧阳明高则定义我国新能源汽车发展现状是“起步不晚,发展不慢,基础不牢,差距存在”,中高端技术竞争压力会越来越大,我国“面临决战关头”,必须继续加大攻关力度,推动我国汽车工业从投资驱动向创新驱动迅速转型,“否则将会形成新一轮的技术引进高潮。”

### 自身产能不足

对于新能源汽车产业,与会代表尤其是企业界代表有一个共识:10万辆的年产能是一道坎。只有迈过这道坎,新能源汽车才能真正形成产业化,形成良性的可持续发展。

“新能源汽车最大的挑战,也是最尴尬的地方,就是成本。”一汽股份有限公司技术中心主任李骏说,目前无论是新能源车还是总成的工艺技术,我国企业都不具备10万辆级的批量生产能力,这意味着成本降不下来,产品就难以普及。他认为,这应是“十二五”最急需解决的问题。

中国汽车工业协会常务副会长董扬通过研究发现,国外车企通常都是按10万辆规模设计生产,但我国自主品牌传统轿车平均每年产量才2.8万辆,更别说新能源汽车的10万辆年产能了,“永远凑不齐!”他建议车企适当联合。

不过也有代表表示,“十二五”中国新能源车能不能成气候,根本上还是在于企业。但企业下不下决心投钱,就要取决于政府部门和外部环境了。

记者还记得,此前去某自主车企采访时,对方负责人表示自身具备年产万台以上新能源汽车的生产能力,然而整个社会配套设施缺乏,软硬件环境都不具备,因此车企在此方面持保守观望态度。

与我国现状形成对比的是,据确切消息,聆风和沃蓝达明年的产销目标定在了10万辆,而丰田在2014年或2015年将在天津建立10万辆级的新能源汽车生产基地。

### “十城千辆”是否延续

不可否认,“十城千辆”示范推广试点工作对于我国新能源汽车的发展起到了巨大推动作用。正如示范城市代表、上海市科委副主任陆晓春所言,“示范工作非常必要。”

他说:“新能源电动车是全新的技术领域,和传统的汽车是颠覆性的或者是革命性的,只有通过不断的示范来暴露问题,来提升我们的技术。除此外,我们在示范运行过程当中也探索了新能源汽车的运营模式。”

不过,当初四部委制定启动“十城千辆”工作时,以3年为期,也就是说到明年试点工作即将结束。

对此,王福福希望“十城千辆”能够延续下去,“推出一款新手机,三五个个月就够了。开发一个新车型,至少需要3到5年。我们希望试点周期是6到8年,否则产品一开发出来,政策就停止了。”

上汽公司新能源汽车事业部总经理于颖也认为,“十城千辆”3年时间太短,当企业有针对性地开发产品,剩下真正参与示范运行的时间就非常少了。另外,目前我国能够支持混合动力技术发展的只有“十城千辆”(私人用户购买混合动力汽车3000元人民币的补助不足以支撑),混合动力在欧美是成熟技术,但在我国还刚刚起步,需要在后续的“十城千辆”工作中不断完善。(网言)

## BMW Z8 空间框架技术与高性能 8缸动力单元的独特组合



进入2000年之时,宝马又为公司的技术主力军注入了更加强大的力量,并将其革命性的新车型命名为“Z8”。显然,Z8从一开始就汇集了当时汽车工程领域内最尖端的技术。

Z8引领潮流的车身结构就像它的设计与风格一样令人兴奋,空间框架结构的单体铝制框架车身技术在开拓了一片新的天地。类似于桁架结构制成的空间框架结合在大而坚固的压制车架之间的高强度结构铝板,形成一个坚固的“骨架”。

与其他敞篷跑车相比,这种车身结构概念既保持了最轻的重量又具有最高标准的车身刚度,令驾驶员可以在驾驶过程中享受到真正出色的、直接的路感,同时又避免了一般敞篷汽车常见的振动和车身颤动。动力也是相当充沛的,高性能运动型发动机排量为5升,最大输出功率400马力,满足驾驶员的任何需求。

在Z8推出的前一年,宝马就已经通过BMW X5——世界首款高性能运动型多功能车(SAV)定义了另一个新的细分市场。

从一开始,这款四轮驱动的新成员就通过提供一系列越野性能对典型宝马轿车兼具运动感而又舒适的特性进行了补充。BMW X5高1.72米,比所有其他宝马车型高出很多。同时,它与7系一样宽,但是又明显比宝马5系更短。得益于整体式车身结构,BMW X5不论是在越野还是公路行驶时都可以提供极其出色的行驶性能。

这款四门高性能运动型多功能车是在位于南卡罗莱纳州的宝马斯帕坦堡工厂单独制造的,提供直6和V8两种发动机。

2003年,宝马又在其多功能车系列中增添了更为紧凑的BMW X3,首次提供市场定位低于BMW X5的高档车型。(宝德)

## 第七代凯美瑞现车到店

12月24日,在西方传统新年圣诞节前一天,中高级车市迎来一份激动人心的圣诞大礼——第七代凯美瑞旗舰、运动两大车系正式上市,并在全国300多家销售店同步发售。即日起,此前的预定用户可以陆续提车,对于新增订单用户,广汽丰田也将尽最大努力让更多的客户在2012年春节前提车。

在广汽丰田镇江长达丁卯店上市发布会现场,26位第七代凯美瑞车主满怀喜悦地接过钥匙,荣幸地成为了第七代凯美瑞首批车主。

广汽丰田表示,广汽丰田将在保障前期车辆品质的基础上逐步提升产能,以缓解目前供不应求的态势,满足更多顾客的购车需求。

正如广汽丰田高层此前所说,推出第七代凯美瑞就是要“给消费者带来惊喜”。11月8日,第七代凯美瑞正式走入公众视野,以动力、安全、设计三大创新科技塑造出“全面领先、完美均衡”的全新产品价值,吸引了消费者的热切关注,“一个品牌、三大车系”的豪华产品阵容也备受业界赞誉。

作为多功能车的生力军,广汽丰田在国内率先提出了FUV的概念,并将其的第一款车型命名为逸致。有别于传统的家用车型,承载在FUV逸致里的更多的是新家庭用车的特性,其核心便是一车多用的“全功能”。

### 高科技配置

在配置方面,逸致展现的是高级轿车才有的高级感和豪华感,这不仅是一款家用车的特征而且还是商务用车的集中体现。逸致既能让车主和家人享受最舒适生活,同时又能适合商务的洽谈工作。

在辅助驾驶装置上,逸致搭载了泊车雷达、定速巡航系统、倒车影像系统、语音电子导航系统等先进设备;贴心实用的装备,如智能钥匙、防眩目后视镜、后窗除雾、四门一键电动车窗、ECO节能指示灯、倒车影像系统、双区独立控制自动空调等。其中逸致匹配的隐藏式会车镜,需要与后座乘客交流时,可通过会车镜看到后排全部乘客的状况,既有利于商务交流,同时还可以看护后排的儿童,既实用又贴心。



随后在名车荟萃的广州车展是第七代凯美瑞首次与公众近距离接触,便技压群雄,成为广州车展的最大看点。12月初发布的价格更是大大超越了消费者期望,与目前同等配置车型来看,第七代凯美瑞与竞争车型具有超过2万元以上的优势,彻底改写了中高级车入门级、主销车、导航版、顶配车四大价值基准。

据广汽丰田相关人士表示,目前全国销售店的订单十分火爆,从价格发布之后到12月25日,意向订单已经超过2万台。随着当天新车的正式到店,第七代凯美瑞的订单也呈现出强劲增长势头。

记者从广汽丰田镇江长达丁卯

店了解到,第七代凯美瑞已于前日到店。上市当天一早,大批消费者不畏严寒,赶到销售店试车、看车,不少之前就下订单的消费者现场就提到了心仪的爱车。

为了让消费者早日提车,广汽丰田提前一个多月就在产能上进行了周密的部署。11月21日,广汽丰田的全部生产线已经切换生产第七代凯美瑞,提前一个月为供货做准备;工厂采用柔性化生产线,实现凯美瑞、凯美瑞·骏瑞共线生产,大大提高了车辆的生产效率。

业内人士指出,无论2012年车市整体有多么理性和淡定,中高级车市场都注定不会平静,新一轮激烈竞争势必成必然。而为冠军而生的第七代凯美瑞,以一系列革命性的科技突破,前所未有的“一个品牌,三大车系”的矩阵式布局,以及极具竞争力的价格体系,必将成为中高级车市的“价值引领者”和“乱象终结者”,并提前引爆2012年中高级车市乃至整个车市的消费热潮。

(晓丰)

## 逸致 演绎一车多用“全功能”

SUV丰富,高端的安全配置在逸致身上得到完全的展现。主动配置方面,标配ABS防抱死系统、EBD电子制动力分配系统、BA刹车辅助系统等常规安全配备以外,逸致全系标配中高级车广泛使用的VSC车身稳定控制系统、TRC牵引力控制系统和HAC(上坡起步辅助控制系统);在被动安全方面,逸致采用丰田GOA车身,其最大特点是其高强度车身和碰撞吸能结构,在碰撞时可以很好地保护行人及驾驶员,将事故伤害降至最低。除驾驶员和副驾驶的安全气囊外,逸致在所有车型中均标配SRS侧安全气囊和驾驶席膝部气囊。

### 动力组合诠释新家庭用车的定义

资料显示,逸致2.0L车型百公里油耗仅7.7L/100km,超越同排量车型的水准。逸致搭载的是丰田成熟的双VVT-i发动机技术,1.8L以上车型搭载了ACIS可变进气系统,保证发动机在任何一区间都能大口呼吸新鲜空气。此外,双VVT-i更平民化,运

用时间长、采用车型较多,这也等于逸致的动力技术在历经用户检验后,可靠性和稳定性更高。由于该发动机低转扭力充沛,逸致在起步或中段加速会十分轻松,即便在拥堵的市区道路中频繁加速刹车,其表现也十分流畅平顺。其舒适的驾乘感受,无论是商务接待,还是家庭外出休闲,都能让驾乘者感到身心愉悦。

同时逸致配置了同样以顺畅著称的CVT无级变速器,与双VVT-i发动机形成完美的“铂金组合”。该变速器能将“双VVT-i发动机”爆发的澎湃动力完全高效、平顺地传输到车轮。无论是正常驾驶还是突然加大油门驾驶,逸致都有快速平稳的响应,为乘坐者带来舒心惬意的驾乘享受。逸致卓越的动力表现,不以增加油耗为代价。

逸致凝聚了广汽丰田多年造车经验,融合了国际汽车制造领域最尖端的技术研发实力。

(广丰)

## 时尚与科技同行 索八魅力指数超同级

随着中国汽车消费市场的日趋成熟,消费者购车越发趋于理性。时尚外观毫无疑问是让人“一见钟情”的杀手锏,但同时,消费者对汽车品质和性能的要求越来越高。再见的条件更趋于理性:除了外观时尚,汽车产品身上体现出的现代科技魅力,也成为“内涵型时尚”的最佳注解。如何内外兼修?更具科技含量的智能配置是当下人车爱恋的增温砝码。

北京现代旗下的第八代索纳塔,就是这样一款融合了时尚设计与智能科技的车型。在2011年非常火爆的索纳塔不仅扮演了偶像派,更凭借科技感内涵,将实力派美誉揽到名下。

第八代索纳塔的出现彻底打破这一格局,针对中高级车市的“蓝海”用户人群,力求从工作到生活,全天候百搭用车生活。第八代索纳塔采用了流体雕塑的外观设计,前卫的造型使其疾驰在大街小巷时都拥有了极高的“回头率”,在与同级产品竞争时也展现出前所未有的杀伤力,成功开辟出一片全新的蓝海,更加符合30岁-40岁的现代都市知性新贵这部分群体对个性、时尚的双重需求,受到更多年轻人士的喜爱。

另外,第八代索纳塔大打“科技牌”,配置堪称豪华,首次引入了许多原本只出现在C级车上的配置,如全景天窗、智能迎宾灯光系统、驾驶席座椅记忆及座椅加热、通风、电动腰靠等,把豪华车上才有的舒适体验带到了中高级轿车上。另外,换挡拨片、风挡自动除雾、雨刷加热、主动式ECO经济驾驶模式提醒等便利配置,充分体现其领先的智能科技,全面提升了其竞争力,使第八代索纳塔更具现代感与豪华感,在同级车型中傲然居上。

动力上,第八代索纳塔则有2.0L和2.4L两种排量,采用了第二代0号发动机,2.0L达到121Kw的超大功率,匹配全新的6速手自一体变速箱,为驾驶提供了超强的动力。

北京现代旗下的另一款车型ix35与第八代索纳塔一样“内外兼修”,表现同样出色。

目前SUV市场中,日系车型是一个庞大阵营,CRV、RAV4等代表

车型,中规中矩的饱满造型,即使不“撞衫”也撞了风格。颇让原本热爱SUV不羁风格的都市时尚人群感到纠结。

在SUV“时尚化”的道路上,ix35的到来给市场一个全新选择。ix35比CRV、RAV4等车型走得更彻底,拥有家族全新风格的ix35一出现便让消费者眼前一亮,引入“流体雕塑”设计理念,从大灯到进气格栅,从车顶行李架到车门上的腰线,各种线条的搭配组合很是惊艳,避免了传统SUV给人庞大、臃肿的观感,所表达出的动感、时尚、个性,正是喜欢与时俱进的消费者所钟爱的。与第八代索纳塔同样“内外兼修”,ix35内部设计同样时尚感十足,中控台两边的空调出风口分别与发动机启动和玻璃加热按键搭配形成X型面板,设计理念和未来感拨人心弦,成为ix35成功的杀手锏。

ix35的科技感也征服了众多消费者的心理,电动升降玻璃、防眩目后视镜、全景天窗、真皮座椅、自动双区域空调、行车电脑、倒车影像、智能钥匙、DVD导航、六安全气囊等豪华配置处处为ix35烙上时尚、科技的印记。

动力方面,双CVT连续可变气门正时系统的发动机,6速手自一体变速箱,上坡辅助系统、下坡刹车控制系统、ESP车身电子稳定系统、多连杆独立后悬架等先进装置,则保证了ix35拥有超越同级车型的通过性、操控性和驾乘舒适性等,稳步成为都市SUV的新宠。综合考量之下,ix35的评分丝毫不逊于CRV、RAV4,并且在外观上更具优势。观察市场表现,ix35在今年曾多次单月销量超过CRV,大有后来居上之势。

第八代索纳塔和ix35在各自细分市场引领新风尚,时尚动感的风格、智能的科技装备备受广大消费者的喜爱,销量扶摇直上。第八代索纳塔自四月上市以来,仅仅半年便突破万辆,9-11月连续销量过万,新一代主流中高端轿车实至名归;ix35则已稳步成为月销万辆俱乐部中的一员,各自表现出来的强大产品力无不在其细分市场中掀起狂澜,逐步成为精英人士的明智之选。(现代)