

车企动态

# 第八批节能惠民目录公布 **奇瑞成最大受益者**

7月11日，“节能产品惠民工程”节能汽车(1.6L及以下排量乘用车)推广目录第八批公布，共100余款车型登录。这次目录公布是国家三部委继去年推出节能惠民加严措施后首次发布新一批达标车型。这意味着自7月10日起，将有100余款车型可享受3000元每辆的购车直补。

笔者观察到，此次节能惠民产品，自主品牌领头羊奇瑞汽车共11款车型入选，加上前期入围第七批的2款车型后共13款，约占总达标车型的十分之一，入围车型数位居第一；在所有入围车型中，奇瑞QQ以4.9L/百公里的综合油耗表现位居低油耗车型之首；另据记者发现，瑞虎也以首款享受节能惠民补贴SUV车型的身份入围。此次惠民名单发布后，奇瑞成为当之无愧

**戴姆勒将与福田投10亿在京建厂**

全球最大商用车制造商戴姆勒卡车(Daimler Trucks)表示,将与合作伙伴福田汽车共同投资10亿元人民币,在北京建造一处新的工厂用来制造汽车引擎。新工厂正式投产之后,其年产能将达4.5万台。

据悉，该工厂计划于2014年正式投产，届时将生产OM457型发动机，这款发

的最大赢家，而奇瑞潜在的消费者也顺理成章地将享受到更大的优惠。

从奇瑞E5市场反应来看，更能说明技术实力向市场动力的转化。奇瑞给这款定位为“人本科技中级家轿”的家用轿车武装到了牙齿：大气的外形、宽敞的空间、丰富的科技配置、出色的燃油经济性、舒适的全独立悬架；奇瑞也首次将冷冰冰的“技术”改成了消费者的语言“科技”。果然，E5不负众望，迅速赢得了市场的青睐，上市即月销超过7000辆，随后一直保持稳健增长的态势，销量和市场口碑一路攀升，备受消费者喜爱。今年，奇瑞E5 CVT自动挡上市后，在全国迅速走俏，极大提升了E5品牌和份额。除了在市场销量上取得骄人业绩，奇瑞E5上市以来即已斩获奇瑞E5揽下“第十届车坛奥斯卡年度自主品牌新锐车”、“首届中国车市口碑榜最佳口碑新车型”等10余项重量级奖项。技术实力，可见一斑。

动机将应用于戴姆勒卡车与福田的合资公司北京福田戴姆勒汽车有限公司共同生产的欧曼(Auman)牌卡车。此次新建的工厂正式运营之后,大约有40%以上的引擎零部件将在中国本土生产,就中、长期战略目标而言,国产化比例将被提高到65%。

# 到内陆去，到三四线城市去！

专访马自达(中国)董事长兼CEO山田宪昭



7月12日进  
CX-5之快部媒中的访中兼  
达会现代内流就期专（长）  
现在主记者近题达事宪昭。  
市问题自董  
马点车市记者内包括者记国的车点马）  
市记者内包括者记国的车点马）  
达会现代内流就期专（长）  
现在主记者近题达事宪昭。

**记者:**中国汽车市场目前已经进入微增长时期,马自达今后将如何应对?

**山田宪昭：**确实，从去年到今年中国的汽车市场增长趋势是放缓了，主要是因为2009年、2010年汽车市场的增幅同比分别达到了46%和32%，正是因为这个高增长，所以去年才出现了回调，但是马自达深信今后中国的市场规模还是会呈现稳步增长的态势。理由之一，中国汽车的普及率还比较低，日本每千人拥有620辆汽车，中国每千人只有70辆。确实，现在沿海地区的汽车普及率非常高，也出现了增长放缓的趋势，但是中国的内陆地区还有很大增长空间，今后中国汽车的需求会逐步转向内陆地区或三四线四线地区。我们也会顺应这种需求的变化，逐渐转向内陆地区，转向二三四线城市来扩充我们的销售网络。

**记者：**今年上半年SUV是增量最大的一个细分市场，23万到28万也处于主力价格区间，您如何定位CX-5的竞争对手？

**山田宪昭：**正如您所说的，中国在23万到25万的SUV的增长幅度确实非常快，而且都是一些主力车型，因为这次上

市的CX-5是进口车，所以价格要比国产车高，预计明年年中实现国产后售价会降下来，销量也会有相当大的增幅。CX-5的竞争车型主要是针对本田CRV、丰田RAV4还有大众途观。

**记者:**各制造商近日公布了自己上半年销售成绩单,马自达在中国的销量同比增长1%。您如何评价这个成绩?

**山田宪昭：**我想强调一下是我们的零售量增长了1.3%，我确实不太满意这个结果。从实际销量来看，一马和长马两个渠道共销售104000辆，一汽马自达销售了59400辆，下降了10%，长安马自达销售了44600辆，同上年相比增长了22%。长安马自达的业绩是符合我们的期待，特别是去年的第四季度，长安马自达新Mazda3星骋为销量做出了很大的贡献。一汽马自达因为没有新车型而非常困难。其他厂家发布的销售业绩都是批发量，是把产品交给经销商的量，与零售额的概念是不同的。

**记者:**上一次北京限购对马自达的销量产生负面影响,您如何评价这次的广州限购?

**山田宪昭：**北京限购使得整个市场非常低迷，一个原因就是有些摇到号的人不买车，但后来这部分人开始买车了，加上换购不受限制，所以今年我们的业绩是上升的。一些大城市由于交通拥堵问题难以解决，推出限购政策也是无奈之举。但中国的内陆地区、三四线城市的需求在不断增长，即使大城市采取限购政策，但整个中国市场还是有很大增长空间的，所以我们今后会着力于开发内陆地区和三四线城市。目前，我们的销售网络在内陆地区占45%，在沿海地区占55%，今后销售网络的建设都将集中在内陆地区。今年初我们的4S店有365家，计划到今年底要增长到420家，增加的55家几乎都在内陆地区。

现代快报记者 常清 图/文

The image is a promotional advertisement for Chery vehicles. At the top left is the Chery logo with the slogan '节能惠民 奇瑞真行'. The top right features the Chery logo and the word 'CHERY'. Below the logos, there are two main promotional offers: '奇瑞QQ 限量版 26800元' and '奇瑞E5 周年庆新锐型 55800元'. In the center, two Chery cars are displayed on a grassy field against a city skyline: a silver QQ on the left and a red E5 on the right. The bottom section contains contact information for various dealerships across China, including addresses, phone numbers, and service centers. There are also small decorative flower illustrations at the bottom.