



国手国车庄则栋

73岁叱咤风云开过近20年的红旗明仕和称雄全球体坛的乒国手庄则栋走了。

可以说,他的平凡之处是在上世纪六十年代初中国工业化遭遇内与外最艰难的时期,把世乒赛和国家战略使命结合在一起,庄以正反手扣杀快攻技术给受三年自然之灾的国人以鼓创新之气。促万吨巨轮下水,爆原子弹升空,小球之战使民族振奋国家扬名立万。将单一的体育精神集中迸发成各行业的独立自主,奋发图强的国家精神。那年他21岁。

如从战略层面看,容国团、庄则栋、邱钟惠等起到了早期乒国手的萌芽作用,通过基层多年多人技术偏平化的积累,形成向国家输送核心力量的聚集,又成为改革开放后中国向全球输送转换乒乓球技术的产业。与红旗的重生再造之路异曲同工。

当今邀全球精英做论坛是本土全球化追捧的时尚,过去请中国乒乓球队巡回表演和做报告是点燃各行业的自主兴奋剂。两者强国的标杆意义不同。

1971年日本名古屋,美乒球队队员偶搭错了车,小庄主动上前互赠礼品,被日媒炒作为头条新闻。毛泽东果断邀请美国乒乓球队访华。时称“小球推动大球”的中美外交。那年小庄31岁。

四十年前,庄则栋是坐着“红

旗”车上班的年轻部长,改革开放后他是北京市少年宫的乒乓辅导教练,他每天接送妻子上下班开的座驾是红旗明仕。一汽以优惠的价格卖给他这部车,上牌时,交管部门破例让他精选了一个吉利号码:97868,意思是“靠妻发又发”。

九十年代,时任一汽领导人耿昭杰提出,要以奥迪100的平台技术改造“小红旗”。这是长期作为“国宾车”的红旗,第一次尝试进公务用车和私人消费市场。明仕的前身——奥迪100,搭载的是尼桑发动机。当年为打造红旗自主品牌轿车,一汽轿车募集并投入18.5亿元资金,其中10.9亿元用于工厂技术改造,另外4.3亿元和3.3亿元则分别用于产品开发和模具购置。

最初一汽轿车要通过对奥迪底盘和日产发动机的整合,把时尚的设计元素贯穿融入到五十五年积累的车型中。而红旗明仕的推出目的是向商务车市场更深推进。

国手开国车。庄则栋并非恋旧“部长之车”,而是他无数次在国际乒坛的力量角逐的本身就贯穿了国家的竞争精神。

从更深层分析:庄则栋买红旗,开红旗的情结,是怀抱历届世界乒坛五星红旗扬威频升与红旗品牌成长有着斩不断的千般历史柔情。

在此后10年里,“小红旗”平台上相继推出了98新型车CA7220AE、世纪星和明仕等产品;此间,一汽联合美国福特公司开发出大红旗CA7460,在最畅销时红旗轿车年销量近3万辆,后与马自达共线生产子品牌奔腾。

“十二五”一汽为打造红旗精品投入了集团优质资源,项目团队达到1600人,累计投入105亿元,开发了L、H两大系列红旗整车产品,形成了可覆盖C、D、E级

高级轿车的发展基础。未来五年,红旗将再投放两款SUV、一款商务车和一款中型礼宾客车,不断满足用户对红旗高端车的需求。

今年,随着奔腾B50、B70、B90市场所占的位置和将面世的奔腾SUV,携全系车型集中发力,抢占市场份额。

庄则栋在《创与闯》一书中认为,在选择打法时,我选择了近台两面快攻,什么球都能打,而且能压住对方,领先对方。后来我发现,目标是固定的,技术总是不断发展,拿了冠军必然成为众矢之的,在技术上要有所发展和变化。否则,就要被人超越。

分析认为,庄则栋当年战略和战术上的创新积累与耐力精神,对当今本土自主品牌的创新积累不光受益,而且更耐人寻味。

庄则栋说,他的外祖父是19世纪末、20世纪初曾占有上海南京路地产44%的犹太裔房地产大亨哈同。庄则栋称自己一生成就了两件大事,拿世界冠军和促成中美“乒乓外交”。

要我说,作为国手、国车双重身份的庄则栋,在九十年代初明明可以选择奥迪、奔驰、宝马,但他却选择了红旗明仕。秉承了他对自主品牌日益强大的期盼!

去年中国汽车产销1900万辆,但属于真正自主的品牌份额却有多少?要想自主品牌有更大的繁荣,就必须构成庄则栋正反手快攻正向研发的能力,如没有创新的气氛,没有研发的土壤,就无法立足核心市场。这正是我们为什么要学习怀念庄则栋的自主创新精神。

国手老庄一路走好,爱驾红旗的自主魂魄如今在哪儿?



祝虹专栏



蔡澈:让奔驰回到领跑地位

近日,戴姆勒年度媒体发布会上CEO蔡澈披露,在2020年之前,旗下梅赛德斯-奔驰品牌将新增13款全新车型,包括两款与宾利竞争的新奔驰S。拟发布13款新车推动恢复豪车桂冠。

蔡澈称,未来8年内奔驰至少发布13款新车,作为奔驰重新回归世界头号豪华车品牌的计划内容之一,这些车型没有旧款车型,而是全新车款。

分析认为,13款新车,中国市场不知道能引入几款?尤其是针对高端品牌在国企的合作中首次外资股份比例大于国资股份。

2012年戴姆勒发布新款奔驰A级和奔驰B级车型,两年内还将有

新款及改款奔驰E级轿车、四门CLA轿跑和新奔驰S旗舰轿车加盟。

2015年前,戴姆勒将在研究开发、工厂设备等领域总计投资210亿欧元,约合280亿美元,以扭转奔驰目前屈居豪华车品牌第三的地位。2005年宝马超越奔驰成为销量最高豪华车企,2011年奥迪又居于奔驰之上,2012年奔驰落后两者的差距进一步扩大。

蔡澈表示:“我有信心让奔驰回到领跑地位,当然最重要的是我们的产品需要缔造设计和市场需求。我相信戴姆勒拥有最强的豪华车品牌。奔驰在技术上处于领先地位。”

宝马品牌:成为本土1月销量最高单一市场

来自宝马的数据显示,1月全球销量12.3万辆,同比增长近10%。本土市场以3万余辆成为当月宝马集团销量最高单一市场,同比提升近15%。

1月份,宝马品牌在本地市场销量为28,597辆,较去年同期的25,009辆增长14.3%。保持了宝马品牌最大单一市场。

在亚洲市场,宝马在日本销量同比增长19.0%至3,250辆,在韩国同比增长32.9%至2,790辆。整个亚太区域1月为宝马集团贡献了43,114辆销量,在去年同期36,422辆的基础上同比提升18.4%。

宝马在欧洲仍保持8.0%的同比增幅,从46,831辆提高到50,594辆。其中德国同比提升9.9%,俄罗斯同比攀升39.8%。



凯迪拉克 XTS 上市在即 全系高标配成亮点

上市价预计 38 万元起 挑战奥迪 A6L、宝马 5 系价格底线

2013年春节并没有打乱上海通用汽车新品上市节奏,日前,凯迪拉克对外宣布,将于2月25日在广州上市中级豪华车 XTS,这也是凯迪拉克在中国全面发力的开始。

据了解,和过去传统车型导入形式不同,此次凯迪拉克 XTS 拥有和北美区域一样的科技配置。从已透露的资料来看,10 安全气囊、BOSE 音响、主动降噪技术、凯迪拉克 CUE 移动互联系统和 Brembo 定制刹车系统作为全系标配会成为 XTS 在中国市场最大的卖点之一。

作为凯迪拉克直接进军中级豪华车市场的车型,XTS 上市后必将和奥迪 A6L、BMW 5 系形成直接的竞争关系,它也将成为国内这一红海市场的又一变数。鉴于奥迪和宝马已经将这一市场的入门价格定在了 40 万元,那么作为后来者的凯迪拉克 XTS,很有可能会把起步价格放到 40 万以下,以期获得更大的市场竞争力。



全新豪华车凯迪拉克 XTS

2.0T 性能竞争再成焦点

随着小排量高效动力技术的成熟和普及,如今的中级豪华车俨然成为了高效发动机性能争夺最激烈的区间,作为全球豪华车主力的宝马和奥迪,相继将 2.0T 涡轮增压发动机作为中级豪华车市场的入门和主力,并且赢得了市场的认可,据悉,凯迪拉克 XTS 也祭出了它的 2.0T 动力,而且从数据上看具有相当的后发优势,关于 2.0T 谁是性能王的竞争也将在今年再次掀起。

从奥迪 A6L 和 BMW 5 系入门级主力车型 A6L 2.0T 和 BMW 525 官方的公布的数据来看,两者

的最高功率分别为 132kw 和 160kw,最大扭矩则比较相近,分别为 310Nm 和 320Nm,以 2.0T 的排量来看,两家的表现已经相当优秀。但凯迪拉克 XTS 2.0T 的到来,却给这一区间带来了更高的标准。从目前官方透露的一些数据来看,凯迪拉克 XTS 所采用的 2.0T 发动机能提供 198kw 和 355Nm 的最高功率和扭矩,在数值上创造了 2.0T 的新纪录。而目前主流的高效动力技术,如直喷、涡轮增压、正时气门、单涡轮双涡管技术等,XTS 2.0T 也是一应俱全。身为后来者的凯迪拉克,凭借这款沃德全

球十佳发动机,显然大有野心,如果想要突破目前其市场地位,必然会将入门价位放到 BMW 5 系和奥迪 A6L 之下,38 万左右入门价格,应该会让 2.0T 再次成为 2013 年中级豪华车竞争的焦点。

全系标配打破豪车价位区间

由于这两年国内的豪华车竞争越来越激烈,整个用户群也呈现了年轻化的趋势,因此豪华品牌往往会采用入门车的低价策略来赢得更多的市场关注和吸引潜在客户。当年的中级豪华车 50 万到 60 万的门槛早已被降到了 40 万甚至更低,不过熟

悉豪华车定价策略的用户会明白,一般来说入门级的低价车型最具吸引力往往只是一个品牌 Logo,其他能体现豪华舒适的配置,则只装备高配车型上,这就意味着更高的价格。从目前来看,这一价格区间还是集中在 45 万到 50 万左右。

但据了解,凯迪拉克 XTS 的此次在国内的入市,似乎要打破这一中级豪华车定价的“潜规则”,用足了全系标配的概念。不但 10 安全气囊、BOSE 音响覆盖全系,就连 Brembo 高性能四活塞刹车卡钳、BOSE 主动降噪技术、凯迪拉克 CUE 移动互联系统也成为全系的标配,而类似的技术配置在其他品牌上,都只在 50 万以上车型才见到,这种打破“行业规则”的配置定价方式,也足以看出凯迪拉克对于这一细分市场的决心。

凯迪拉克 XTS 不仅选择全系标配的高端配置,还将搭载全球反应最快的 MRC 主动电磁感应悬挂系统、ESS 增强安全策略包括涵盖了偏离车道提醒、前方碰撞提醒、安全提示座椅、车侧盲区提醒、后方交通状况提醒等功能。这些配置大部分集中在舒适性上,由此也可以看出美系豪华车对于高端豪华的理解和欧系品牌的差异,这点在同样追求舒适性和安全性的中国市场也许会更加贴合。当然从另一方面我们可以猜

测,由于凯迪拉克 XTS 已经通过全系标配的方式,平均了各级别车型之间的差异,因此其定价区间不会过于宽泛,不会出现宝马和奥迪等 70 万元以上的高价,结合其已经公布的 3.6L 发动机,预计最高也就在 60 万元左右。

凯迪拉克 CUE 移动互联值得市场期待

前不久,凯迪拉克在全国范围内举行了数场凯迪拉克 CUE 移动互联系统的体验会,赢得了业界的关注。上海通用汽车首先选择从这个方面来为凯迪拉克 XTS 造势,足以看出其对 CUE 系统的信心。

其实,关于车载互联系统,在中级豪华车领域已经不是新鲜事,包括 BMW 5 系、雷克萨斯的部分车型都有此配置。不过和凯迪拉克 XTS 的 CUE 相比,其他的系统均是在原有车载娱乐系统之上升级而成,而凯迪拉克的 CUE 则属于基于互联网诞生的原生系统,使用感受非常接近苹果 iPad MINI,因此在扩展性和稳定性上更有优势。从目前媒体和用户用户的感受来看,其双液晶面板的之间互动,语音输入和多点触摸屏则是它在硬件上的核心竞争力所在。据了解,和其他中级豪华车相比,CUE 也会成为凯迪拉克 XTS 的全系标配之一,只是在屏幕大小上高低配略有差异,而这一点也会成为年轻用户群选择入门级凯迪拉克 XTS 的最大吸引力之一。
惠荣鉴