



插图：陈雨晨

耐力

如果说，江淮第一代产品是靠底盘打天下。那么，江淮第二代产品已上升到靠精品车身打天下了。

A30超强度用钢占车身总量的70%，高强度钢占车身总量的40%。A30发动机有一个超强度钢特制的安全保护罩，是防止在正面和侧面撞击下以保护前排司乘人员腿部安全的。

A30全车5050个焊点，车身4500个焊点，全国十佳发动机之一的江淮1.5L VVT百公里耗油5.9升，手、自动一体变速器，电子导航智能化——首秀A30。这是江淮二代技术体系整合能力和市场穿透力的两大突破。

关键是江淮人对国产自主品牌的积累和做大做强的期盼，和基于几代人充满了创造艰辛与持之以恒深厚的感情。我们不能说正在转型的国家主体细胞的分支尚普遍缺乏进取的元素和耐力。

可以说，A30坚持了江淮第二代产品对外宏观的连续性与对内持续的微观产品布局的稳定性，提高了自主对合资的对标性的等级。这是中部自主从规避转型风险上升成江淮二代精品车的意义。

品质

8月9日江淮和悦A30在合肥下线，这是江淮汽车自去年底品牌整合后，面向乘用车市场的最大动作之一。

2010年5月8日江淮A30项目正式启动，它是基于同悦与和悦间的差异化与市场占有19%的商品，直接研发投入一个亿，综合累计研发投入近2.2亿。

270多名工程师从江淮正向研发的流程主要把握了效果、物理模型、数模设计冻结、模具样件、全序模具样件、工厂调试、小批量、量产等八个阶段和形成52家核心供应商为主体的链式架构，由此转化贯穿了A30江淮二代首款轿车全过程。时间为两年三个月。

背后涉及江淮研发中心的正向研发体系到乘用车四大工艺以班组为单位的智能化与柔性化制造体系完善切换细节。

与第一代江淮龟兔赛跑和描红时代的大不同，江淮二代的特色在于发挥中部的崛起与全球资源的改善与对接，逐渐转化成对自主体系有序的一面。

江淮二代车整体战略资源还包括客车、轻卡、重卡、乘用车品牌，如同棋子散落在全球各个角落，勾勒分布洲与洲的市场连接和服务体系的逐渐扩大及品牌的基础增强。

而前一个环节创新的成功，是下一个环节改革突破的前提。

江淮二代车的整体思路核心是做自主应该做的事，做对消费者不亏心的事——不温不火，不善张扬是江淮与另一个中部自主的区别和与众不同的特殊秉性。

倒逼变革

实际上A30计划应在上海车展时就出场，但江淮从品质角度和每个工艺细节复查又主动延后了五个月，半年内把所有的设计流程和生产的细小环节倒逼了数遍。

3·15后，江淮在品质方面的追求愈发苛求，对于江淮迟来的A30答卷并非易事。更确切地说是二代自主对标合资，是一场公开而又符合当下实际的较量。

A30从各个角度听取消费者意见，经历了产品反复试验，并不断进行了产品的整改的过程。为打造精品车身，仅白车身全程试验就用了70多台，车身激光焊点4500个。超强度用钢占车身总量的70%，高强度钢占车身总量的40%。

二代精品

如果说，江淮第一代产品是靠底盘打天下。那么，江淮第二代产品已上升到靠精品车身打天下了。

A30是一次品质的大提升和大进化。江淮从设计的源头进行了优化，在产品细节上进行了彻底改进，并严格试验进行验证。

除了在70%以上使用超高强度钢板，尤其在优化b柱结构防止撞击上增强了强度，还在工艺上使用激光焊接。

江淮在设计时就考虑了车身体电泳和漆膜厚度的问题，并考虑了雨水的流入和排出，同时漆膜厚度平均达到8μm，最厚处更是达到20μm。

为了对这些设计改进进行全方位的验证，针对锈蚀问题，除了常规试验外，耗资200余万元，在海南进行长达一年的专项锈蚀和暴晒试验，试验反馈情况很好。

目前，和悦A30与瑞风S5混线双班生产，节拍90秒，江淮自身培养的42家核心供应商形成了平台战略的集中采购优势和全国三百多家4S店营销体系。

江淮核心结构改革环节呈洋葱型，欲抵达改革的核心领域，需要先剥去外面相对可及的外皮——才能形成内因与外因的聚集力量。

三大提升

在A30上市策划期间将售后服务和产品销售紧密结合，形成整体推进和问题闭环，目前和悦A30的保养手册、专用工具、专用检测设备及配件已到位。

一是在政策上的达标，根据“三包”政策，汽车产品保修期限不低于3年或者行驶里程60000公里。目前江淮汽车产品已在标准之上，达到3年10万公里。后期江淮将继续向上提升标准，在政策上达标；

二是内部的整体意识和认知的切换，目前江淮汽车针对三包政策的已完成，各级经销商和江淮职能部门对新政策的标准和内容充分理解和认识，确保未来终端的切换顺畅；

三是自身服务技能和产品品质的双提升，江淮将组建一支更加强大的技术专家团队进入终端，对终端进行维修和对服务水平进行升级。

二代精品车是江淮自主的味精

全球鹰：挑战SUV市场的胃口？

主笔：祝虹



西南

目前的GX7是在成都基地生产的，没有在别的基地生产。后续会推出MPV，陆续还会推出小型SUV。

GX7的底盘前面是梯形车架，有一个很好的前悬，后面是多连杆的，在转向、操控性上有很大的提升。它的离地间隙比一般的轿车大很多，有一定的越野性能，而且GX7的四驱版也会很快推向市场。

541×1833×1700mm的车身尺寸和2661mm的轴距，给GX7车内的乘坐空间打下了良好的基础，分1.8L、2.0L和2.4L三款发动机选择，这个级别SUV搭载2.4L发动机。变速箱分手动挡、自动挡，6AT车型会很快推出。

目前全球鹰很多零件是合资的，吉利正在把供应商资源整合起来。从采购气囊到安全带，再从整合到研发就可以体系提升了。

分析认为，吉利以不同的采购平台，不同的体系，就有不同的安全成绩。

因为自主品牌发展的历史不够，而且是一边学习，一边竞争，价格比别人低，所以过去价格低，现在已经好多了。现在吉利最好的车型已卖到15万多了，消费者在改变想法。李书福如是说。

乔治亚罗

从造型来说，GX7不是一个简简单单简单的SUV。它是适度的炫风般的华丽，耐看中透着经典。它是唯一的一款可以布置三排座位的SUV。在空间利用方面，价位在同级别中是物超所值。

它的造型由国际设计大师乔治亚罗与吉利研究院共同操刀完成，充满力量的车身线条将阳刚、坚毅的气质完全展示出来。

不管是什么产品，这个来源于市场的认知，吉利现在越来越重视以SUV为导向的市场，因此对市场的判断要准确。

不管是单品牌、多品牌，从研发来说，它的生命力必须依赖市场。从技术来说，怎么尽可能地满足这种需求，即便是不同的品牌，不同的车型，但是也有一些核心的技术是通用的，这个就是技术平台。吉利有自己的轿车平台，无论是设计还是研发，都要服务于市场，要有市场作为输入。比如说四驱或者其他动力性满足欧5、欧6的标准，必须要跟市场有互动。

挑战市场的前瞻性，是集团的综合战略。品牌越多，越可以满足个性化的需求，如通用汽车的经验正是在于不同品牌满足不同消费者的胃口和消费特点。

吉利有两个海外基地正在建设。如台湾市场，也是正在探索的市场，接下来再考察如巴西和伊朗，会逐步加大海外建厂的力度。

现在吉利最好的车型已卖到15万多了，而且消费者也在改变想法。

247次

吉利汽车安全实验室自投入使用至今，已进行了247次碰撞实验，平均每个工作日要进行1.2辆车的碰撞实验。

谈到全球鹰GX7的关键安全技术，做到了全车高强度钢板覆盖率高达53%，位置的分布分散在了对安全更重要的位置上。

一般只设计3-4根顶盖横梁，而GX7有五根。并且GX7设置了车门腰部防撞梁，前后双防撞梁，都大大增加了抵抗作用。

激光拼焊技术已在吉利车型上普遍使用，GX7在B柱门槛使用了激光拼焊，使得侧面碰撞的侵入量得到了有效控制，提升了生存空间。

根据C-NCAP的统计，小腿正面刚性壁障碰撞得分率为75%，正

面偏置可变形壁障碰撞得分率在85%左右。从数据看，GX7在该项的得分第一。

防鞭打安全座椅实验是测试汽车碰撞时安全座椅的枕头和人的头部、颈部起到保护的作用。利用这个原理制造出来的座椅对人的伤害较小。

前排座椅按照EURO-NCAP防鞭打要求设计，在座椅开发时对外部尺寸和骨架结构做了严格的测试及设计。让挥鞭效应对人类颈椎的伤害降至可控范围。

24%

调查数据显示，自动挡SUV车型已占据了SUV市场总量的71%，但在8万~12万元这个自主SUV牢牢把控的价格区间内，自动挡SUV的市场占有率只有24%，其中被称为“黄金排量”的2.0升自动挡车型的市场份额只有0.52%。

面对细分市场自主中高档6AT车型的空白，全球鹰GX7推出了“2.0L主流黄金排量+澳大利亚DSI六速手自一体变速器”形成的黄金组合，以10万出头的售价将6AT变速箱车型带入寻常百姓家。

同时，国内SUV消费者对“2.0L+6AT”车型的偏好高达41%，远超其他动力组合的市场预期值。吉利汽车针对这部分消费者的用车需求，推出了全球鹰GX7 2.0 6AT车型。

全球鹰GX7推出的“2.0L+6AT”黄金动力组合，搭载了来自吉利汽车自主研发的GeTec系列产品，由于采用了全铝机体，GeTec发动机的自重得到优化。

与GeTec发动机相匹配的是源自澳大利亚的DSI六速手自一体变速器，与常见的4AT、5AT相比，DSI 6AT速比范围更宽、冲击性更小，还可满足400牛·米甚至更大的扭矩需求。DSI 6AT变速器可在0.3秒内完成换挡动作，轻量化设计则有助于油耗的降低。

全球鹰GX7全系车型的内饰调整为黑色，使城市SUV比轿车更野性、更张扬的特点显露无遗，同时把目标消费群体不服输、求上进的内心世界表现出来。

全球鹰GX7推出黑色内饰，本身就具备了对市场受众色彩与越野视觉的捕捉力。2.0L+6AT的动力总成更是细分市场中消费者的“要害”。

成都基地在2009年2月10日开工兴建，并于同年10月28日实现了生产基地的竣工暨吉利集团首款SUV车型GX7的成功下线。

一期投资13.5亿元人民币，已建成了冲压、涂装、总装四大工艺为主体的汽车生产线。可同时生产NL-1、NL-2两款SUV车型，年生产能力为10万辆。将成为吉利集团多功能车生产基地。二期工程总投资达到30亿元人民币，年生产能力将达到20万辆。

全球鹰GX7的玻璃注胶采用了自动机械臂操作，从胶水的抽取到由机械臂均匀地喷注，都由电脑管控，节省了人力成本的同时，又使得注胶动作精准，胶层均匀，粘合力平均。

在总装线的最终端，来自“博世”的自动轮胎装配机械臂，节约了大量的员工体力，使整车在生产出厂的第一时间就由电脑统一使用相同的标准力矩将所有轮胎轮毂装配在每一台GX7上。

分析认为，美国汽车代表的是寻求短期利润和个人财富的商人文化；而德国则代表了一种努力创造持久永恒产品的手工业文化。而中国人世十年汽车业增强了什么？创造了什么？承受了什么？又抛弃了什么？进而又享受了什么？

吉利控股集团董事长李书福公开表示，吉利汽车要造最安全的车，为中国汽车工业的形象正名。