

有一说一的新帝豪？

主笔：祝虹



有一说一是新帝豪并非严守一?7月26日,历经八年全面升级,首次悬挂了新标识的新帝豪在济南上市。新帝豪搭载了吉利自主研发的首款1.3T涡轮增压发动机,集涡轮增压技术,进排气双VVT技术,正时链条免维护技术于一身,发动机最大功率98kW,峰值扭矩达到185N·m,最高车速可达195km/h。

业界认为:新帝豪的价值在于本土自主战略转型的有一说一的生产基地,科学分布的区域性与市场成长较量的残酷真实性。

吉利集团副总裁、销售公司总经理孙晓东的致辞激昂、奔放:吉利十年磨一剑,今天一剑出鞘,要跟奥运冠军一起,“扫遍天下”——背景力量的聚集在于今年北京车展前,吉利将帝豪、吉利全球鹰、吉利英伦三个子品牌汇聚为统一的吉利品牌和沃尔沃资源对接性。

吉利控股集团总裁安聪慧称,新帝

豪体现了“吉利战略转型的深刻思考,是吉利寻求品质和品牌向上突破的结晶”。

作为吉利汽车战略转型的代表作,帝豪以严苛的欧洲ECE整车认证标准为研发标准,吉利帝豪的生产线全部采用世界一流的设备和工艺,如ABB、PDE、杜尔等,保证了所生产的车型质量更加可靠,整车品质完全可与合资车型媲美。五年来,帝豪总销量已突破60万辆。

新帝豪在市场上的突破,给了吉利汽车,也给中国自主品牌企业带来了做高品质汽车、在主流市场竞争的信心、实力和斗志。新帝豪更在品质、工艺、造型、动力和车联网技术等方面又有了本质性的飞跃。

孙晓东将新帝豪的特点与优势归纳为简单的三大点:欧洲标准、T动力和i科技。

“欧洲标准”——完全按照欧洲ECE整车标准打造,基础车型2011年10月通过了E-NCAP四星级认证,是中国自主品牌第一款得到欧洲权威安全认证机构

认可的产品;“一身名牌”,配套公司全部是一流的汽车零部件企业,跟主流汽车厂商毫无差别。

“T动力”——吉利1.3T发动机由吉利几百个工程师历经6年时间精心打造,经过100万多公里的路试,涡轮增压、双VVT,正时链条免维护技术等。涡轮1500转时便介入工作,升功率达到75.4千瓦,升扭矩142.3N·m,最大输出功率98千瓦,峰值扭矩185N·m,完全可以以小博大;最高时速195千米,一箱油行驶860公里;怠速噪音39分贝,车内空气质量达到现行国内标准6级水平,超过欧洲标准。综合指标与合资品牌相比,略胜一筹。

i科技——是吉利手机交互系统G-Netlink吉利智能车载系统交互使用。一张3G或者4G卡,便能涵盖安全、生活资讯、语音识别、车载通讯、行车导航、车内WIFI等方面;如EPS随速电动助力转向,ESC电子车身稳定系统、一键启

动、无钥匙启动、坡道辅助功能等等。

孙晓东表示,新帝豪的目标消费群体是一群有学力、有潜力的85后。

安聪慧说:帝豪带给吉利的变化是革命性的。吉利汽车将以此为起点,心无旁骛地聚焦产品,不舍昼夜地追求品质,用谦卑的心态面对用户,用敬畏之心面对市场,时刻对标最强大的对手。吉利汽车已完成了满足未来几年发展的产品规划,将陆续推出一系列的全新产品,全神贯注地强化和提升一个吉利品牌形象,推动吉利在技术、品质和品牌上实现“三级跳”,打造全新一代吉利汽车的形象和地位。同时,与沃尔沃汽车展开全面、深入的合作,资源整合,优势互补,助力吉利实现“脱胎换骨”式的发展。

新帝豪包括1.3T和1.5L两个排量共计15款车型,售价区间为6.98万元~10.08万元。换句话说,新帝豪的价值在于本土自主战略转型的有一说一的“脱胎换骨”性。

十拿九稳的宝马中国？

主笔：祝虹



世界上就没有十拿九稳的事?宝马全球总裁雷瑟夫与集团全体董事再次来到沈阳,以规划未来在中国市场的投资方向。与华晨延长15年的合资协议包括扩大在华产能、拓展国产产品线及在中国投产先进的发动机等。2.0国产发动机到拓展国产产品线,再到宝马配套商是华晨宝马本土核心战略的转折。宝马与华晨正极力避免痛苦的输出与输入的轮回。

引人关注的是即将引入国产的三款宝马新车中,将有两款低于宝马3系的车型,分别是入门级轿车和多功能车型。宝马集团负责企业财务的董事艾希纳透露,此车不在宝马现有车型序列中。率先在中国推出的定位,让业界基本认定,这将是宝马为中国专门打造的一款入门级小车。

宝马推出小车计划意味着C级车、B

级车及紧凑型SUV将成为高端细分市场的常态——入门级轿车必将成为德系三强下一个恶斗的市场。

高档车市场的增长突出表现在两个细分市场,一是高端细分市场,二是紧凑型车市场。基于这一判断,在已经国产的3系、5系及X1的基础上,未来几年中,专为中国市场推出两款BMW X3车型。目前在宝马整个产品线当中是没有的。为中国专门命名和推出一款车型,这是跨国豪车品牌从未在中国实施过的举措。

高档车之所以具有高档定位,在于高质量的产品和强大的品牌力。即使是尺寸稍小的车型,宝马也将确保产品的精湛品质和独特的品牌情感。

围绕着新产品布局,宝马将进一步扩增产能。未来两年间,华晨宝马位于沈阳的大东工厂和铁西工厂的总产能将从

目前的每年30万辆提升至每年40万辆。宝马集团已落实发动机的国产。华晨宝马的新发动机工厂已在铁西工厂附近开始建设,宝马三缸和四缸汽油发动机将于2016年正式投产。

按照计划,今年9月纯电动车BMW i3以及插电式混合动力超级跑车BMW i8均会进入中国市场。不久前,宝马和地产龙头万科集团达成战略合作,万科将在全国范围内的400多个已建及新建社区内,全力支持业主安装个人充电设施。宝马在上海跟绿地集团鲜有合作,机遇来自中德电动汽车充电项目的标准统一,并将带动其他竞争对手进入这个市场。

资料显示,宝马在2013年对i品牌电动车投资高达30亿欧元。对于i品牌的盈利能力,宝马和竞争对手有着不同的说法,去年8月,宝马方面曾表示,由于i3生产基础设施方面的投资已被消化,宝马i3

从第一代开始会实现盈利。

除了i3,宝马的电动车阵营还包括两外两款新车,一是在2014年底在沈阳投产的插电式混合动力BMW 5系长轴距车型。二是合资自主品牌之诺初期推出的电动车型。目前,该品牌的第一辆产品ZINORO 1E已经上市,用于租赁市场。

宝马方面称,这一系列计划展示了宝马集团对中国市场更加强劲的投入。从宝马对紧凑型车和电动车两个细分市场的布局来看,宝马正在制定针对明显放缓的中国豪车市场的对策,中国化将是宝马未来的核心战略。

宝马中国的十拿九稳来自于核心战略的本土化艰难又痛苦的转变,而这种长痛不如短痛的转变会使宝马中国获取更大更多的内在市场利益——这种转变已在宝马向华晨输入发动机西南绵阳国产化工厂的接地气而得到印证?

四舍五入的新科鲁兹？

主笔：祝虹



雪佛兰正在极力摆脱早期的热狗咖啡加麦当劳的印象?上海通用已明确将导入中国市场的中型SUV昂科威,昂科威国产会与昂科拉、昂科雷完善别克品牌在SUV市场的全产品布局。同时,也是王永清到任后一个市场明确划分的转折点。

新科鲁兹是上海通用的战略车型,通用将最新一代的动力总成技术Ecotec小排量发动机和DCG双离合变速箱技术搭载到它身上,目的是赢得A级车市场的份额。

新科鲁兹是通用“反击”大众的一部分,从新科鲁兹起步,雪佛兰品牌将进入“换代期”,计划到2018年之前,将全部实现换代更新。

按照上海通用的计划,新科鲁兹定位将高于在售的科鲁兹,新老车型将形成差异化竞争。而配备全新动力总成的新科鲁兹,只要月销量上万,就能为上海通用带来年增长12万销量。

2013年,昂科拉全年销量达到62968辆。凭借着差异化竞争营销,2014年上半年,昂科拉的销量达到40678辆,同比增长58.6%。除了昂科拉,上海通用还导入了雪佛兰·创酷。雪佛兰·创酷在今年4月上市,目前月销量已达到4000余辆。

上海通用将雪佛兰定位为与别克并驾齐驱的一个品牌,并希望雪佛兰这个品牌能够在中高级车市场有强劲的表现。在市场反映上,雪佛兰虽然销量尚可,但被市场接受和认可的车型比如科鲁兹、新赛欧、爱唯欧等都属于中低端车型。

近年来,为了提升雪佛兰品牌,上海通用先后将大黄蜂跑车、科迈罗、新一代科帕奇、中高端的迈锐宝系列车型和新能源汽车沃蓝达导入到雪佛兰品牌旗下。

7月3日上海通用汽车发布消息:原上海通用汽车总经理王晓秋不再担任公

司总经理,王永清接任上海通用汽车总经理。王永清上任后,全新一代科鲁兹是雪佛兰第一次将全球车型放在中国市场首发,这体现了通用对中国市场的科鲁兹盈利依赖。

王永清除了高端化变革,还面临如何重新回归第一的问题。而留住老客户是扩大销量很重要的手段之一。做强做精低端产品,留住老客户,使其在换车时仍能选择上海通用的产品。

小排量车型曾是上海通用的短板,2010年,随着与上汽集团携手,通用开始开发小排量动力总成。随着新一代全新动力总成的发布,上海通用拥有了全新一代Ecotec发动机家族,共有11款发动机,排量从1.0L到1.5L,包括三缸、四缸以及增压和非增压等不同类型。这也成为上海通用未来在A级以下市场突破的重要筹码。

未来在中国市场销售的车型中60%~70%将集中在小排量。未来会将更多新

技术应用到小排量车上,上海通用将推出“小而精”的产品。而上海通用希望配备全新动力总成的小排量车能为上海通用带来忠实用户,继而成为上海通用更高级别产品的消费群体。

此外,雪佛兰将从今年开始,针对一二线城市的销售结构比例进行调整,以不断提升品牌影响力。数据显示,2014年上半年SUV市场累计销量为182.34万辆,同比增长37.12%,占狭义乘用车比重18.93%。

面对高速增长SUV市场,上海通用副总经理蔡宾表示,上海通用的SUV战略不会放弃任何一个市场的机会。上海通用深知,仅凭小型SUV车型的表现难以在竞争激烈的SUV市场占据优势。需要及时导入“走量”的大中型SUV来分羹市场。

从SUV的角度,以新科鲁兹的实力对通用不仅是四舍五入,而且是制衡大众和福特SUV市场的盈利工具?