



主笔：视虹

没有模特的上海车展新较量？

按 市场技术细节坚实性拉动来说，取消模特的上海车展会更稳健扎实。重点在于切割了赤裸低俗的肉欲毒瘤，划分建立了自主新常态正途，更具体地注入了国家灵魂。

看车比看人重要

本 届上海车展清晰划分了：国家首度赋予了自贸区不一般的提升力。也是今年上海车展以注入各国新能源与互联网技术背景融合撬动百分之七制造亮点的基础。

尽管车展拦腰斩断了美女经济，却助长了新能源。更是在新常态下，不以单独GDP的增量方式考量不断变化着的新国情。

为什么这么说？数年前合资使出意料情迷的障眼法针对国人不懂车，只让你看人，不看车。靠美女经济来迷惑支撑车展，满场飞来飞去都是花瓶。

关键的核心是合资欺负你没有掌握技术，这是多年来本土一段时间合资运用美女糖衣炮弹主宰车展的问题发生的实质。

甚至一度风传个别山西煤老板在车展上叫嚣豪车美女一块买走，各厂家除了在安排酒店上勾心斗角地公关，变幻花样地操控媒体及喧嚣金钱至上的价值观和低俗的观念攀比——车展看人竟比看车更重要。

事实证明，除了汽车后市场更进一步危险的零整比步步紧逼外，原本残酷的市场就不可能轻易换来技术，30多年一厢情愿的梦想，无非是资本原罪自欺欺人的谎言。

让人何止看到当初美女车展经济诱惑的残酷性和拉拢性，岂止腐蚀动摇了原来能干事儿的一批人？甚至这种浮躁性有目的地延伸至自主核心研发轻言“弯道超车”的谎言。

反过来讲，在欧美的车展中为什么没有这种美女能量大于车展的状况呢？那是欧美过去在建立市场过程中吃过亏，受到过历史规则的惩罚。今天的欧美不可能走回头路。但可以向新兴市场国家有目的不经过滤进行输出，以换取原罪构成的成本代价，与合资进入本土当年的市场种种陷阱，使自主必不可少地付出了代价。

这就是新加坡创立者李光耀先生为何至死从一个完整的角度，捍卫新加坡自立、自信、自强的亚洲国家与人格整体价值观——尊重每一个国家的不同的选择。坚持不在同一棵大树下乘凉，而在不同大树下成长的观点。

建立秩序

上 海作为首个国家自贸区举办的第一届上海车展，它的特色到底是什么？是否更应该从中国的新丝路“一带一路”和47个国家共同参与的亚投行找到新的纵深方向？

一个国际性的车展不仅仅是展现一个国家的实力，更是一个转型国家的对外开放，对内拓展的贯通资源面貌，所以今年上海车展取消模特并非意外。这意味着中国百分之七的市场升级，纳入了四点零的整体工业发展规划——进入了不平凡的新常态。

今年后的车展不再像当初以看人而非看车为目的，而是成为真正比拼较量各自平台化的制造技术，包括智能互联网技术间的实力超越较量。以新一轮制造业标准治国。

如同海外国际金融专家分析的那样：以中国创立主导的“一带一路”兴起的亚投行果真瓦解了美元主导的世界经济秩序？

正面较量

从 国家自贸区下的上海车展新的竞争点看，如何真正摆脱肉欲的低俗，提高观众专业的观车水平？如何深入浅出更鲜活地向普通观众展示新能源技术的亮点？如何从整车材料安全轻量化？如

何从3D打印入手体现新技术的正能量？如何从无毒涂装技术的使用进入新型工业交替期？如何从汽车智能与互联网金融技术接轨？如何从各种新技术运用中抓住观众消费的眼球？这使得每一个参展厂家必须认真思考如何接受挑战。也是显示在新常态下一个制造厂家真正专业的实力划分，更是国内媒体真正的实力划分。

而零部件厂家如何作为零整比的核心利益市场参展，如何得到观众和消费者的理解与整车厂真正放下身段，如何精进维护长远利益，恐怕更应从更细微更直观上动一番脑筋。

尤其刚刚被央企中化集团以476.21亿元人民币收购的全球第五大轮胎公司26.2%的股权的意大利倍耐力集团。

对于美国对中国企业轮胎反倾销的不公平制裁，和中国企业如何运用并购中的合法市场，并以什么样的谋略胆实面貌出现在展台？这既是遵循打破新的国际贸易规则壁垒，又是新常态下的躲不开避不开的正面较量。

春晚与考文垂

上 周，吉利宣布了在英国考文垂市郊投资2.5亿英镑建一家工厂——用于生产这款被称为TX5的新出租车。

新工厂年设计产能将达到3.6万辆，于2017年投产，主要用来生产下一代纯电动及超低排放的伦敦出租车。新款车型为铝制车身电动车，从伦敦皮卡迪利圆环跑到曼彻斯特皮卡迪利火车站的续航里程。

新伦敦出租车，将配置一块400公斤重的电池，可在行驶中由一个小型汽油发动机充电。TX5由位于考文垂的电动车生产商Emerald Automotive设计，吉利去年收购了这家公司。

李书福称，最新款出租车约80%的出租车用于出口。也是有史以来全世界技术最先进的出租车，关键的是它们是最环保的。

吉利汽车投资45亿元、年产规模20万辆的吉利春晚制造基地已建成投产。

3月20日，作为春晚基地生产的首款车型，博瑞亮相钓鱼台并成为中国外事礼宾专用车——在B级车市场上的第一个销量突围者。

博瑞整车长度超过4.9米，轴距2.85米，尤其是AQS空调质量控制系统和PM2.5空气净化器等装备，得到了沃尔沃的倾囊相助。

博瑞共有1.8T、2.4L和3.5L三种排量车型，配备澳大利亚DSI六速手自一体变速箱，及城市预碰撞系统、ACC智能自适应巡航系统、LDW主动偏航警示系统等豪华车装备。

博瑞背后是目前CMA平台上规划的车型已超过10款。这个模块化架构能够承载A级车和B级车里面所有的SUV、轿车、MPV产品，做到全面覆盖。

盲目追求销量和利润，对未来发展一定是灾难性的。自主品牌不缺车型，缺的是明星产品。安聪慧如是说。

3月30日，沃尔沃汽车集团发布声明称，将斥资大约5亿美元，在美国兴建首座整车厂，旨在提振当地销量。沃尔沃还将加速发动产品攻势，4年内密集发布多款新车。沃尔沃致力于美国业务复苏规划。

2014年11月洛杉矶车展上，沃尔沃在安排全新沃尔沃XC90和V60 Cross Country亮相的同时，披露了在美复苏规划四大要素，将以新车、经销商网络更新、尖端发动机和安全技术、崭新管理团队和力度加大的市场营销投入来实现美国业务重振。

沃尔沃称，此举意味着公司距离全球性车企将进一步，在亚洲、欧洲和美洲三大洲同时设有产能。

从中美彼此产能交换的角度，福特汽车的哈尔滨北上，和沃尔沃致力于美国建厂投资与业务复苏，是一种新常态下贸易制造的对等关系。但今非昔比的是资本和品牌在全球并购中隶属关系发生了产地重大变化。这才是问题发生重大变化的根本所在。

上汽长跑

上 汽王晓秋对上汽未来自主发展的艰巨性有着清晰认识，他把这种较量比喻为贸易的“短跑”，同是又是工业“长跑”，比拼的是耐力和积累。

他说，要想实现2020年销量100万辆的目标，上汽自主品牌仍需要坚持和忍耐。上汽未来的车一定是第一眼看到就感到有品质的车子。品质与质量都要硬，品质是百姓看到的，质量是消费者使用后感受到的。

王晓秋以“性价比”阐释新观点：我们常说性价比，其实品质也是一种性。不要把性价比中的“性”丢掉了，而只认为“价”重要。品质是性能非常重要的方面，我们能提供与合资企业一样甚至更好的产品品质。

可以说，过去三十年制造需求的是平均值，未来追求提升的是制造创新值。

所以上汽未来的产品要让用户第一眼看到就有品质感。通过两代、三代产品的进步，让用户觉得自主品牌与外国品牌没有什么区别。到了最后，用户的脑海中不会再有自主品牌的概念。王晓秋如是说。

上汽的长跑，验证了当年朱镕基总理的分析，在研发起点上，上汽要超过一汽的论断。实际上已洞悉当今要发生的苗头。

关键是打造自主轿车的工业格局方向，早已在两年前就已显现端倪。2013年11月，在中共中央、国务院印发的《党政机关厉行节约反对浪费条例》中更是明确提出：“坚持社会化、市场化方向，改革公务用车制度”，“改革公务用车实物供给方式，取消一般公务用车”，这被业内称为迄今为止最严厉的公车改革措施，或将改变公务用车市场的格局。

这个文件的下发，让业界同仁看得更清楚：目的是央企绝不能一味地被合资牵着鼻子走，只不过到今天部分央企仍我行我素。

按李书福的伦敦的说法是中了合资的“糖衣炮弹”，按中国汽车流通协会会长徐秉金的说法，桑塔纳在国内百分之百的国产又为何不能出口？因为没有独立的知识产权。

历经了断轴、变速器召回、零整比与核心技术缺失的反复市场摧残，业内所有人都明白，李书福和徐秉金真正要的是中国制造的原创精神——自力更生，奋发图强——向合资进攻的筹码。

反之令曾经是“汽车长子”如今面临进退两难的境地。为何没能坚持“红旗不倒，解放不放”两手都要硬的制造真理？

在这场如何建立强大的工业体系的博弈中，合资以保护知识产权为名，一路绿灯，最终形成上下追求奢靡成风，技术上过度依赖，从根本上让自主迷失了制造方向，管理上盲目跟风，不仅腐蚀带坏损失了多年的

自主队伍，还丢失了阵地。

反思，在各个历史时期曾经是一支特别能够战斗的队伍，如今一下子变成大规模塌方式的腐败，这种从体系塌方式付出的沉重代价与转型期的深刻教训，怎么反思梳理上下产业链都不过分。

三十年来，当合资每每新车上市的时候，每一个有良心的和责任感的国人无不心乱如麻，心如刀绞，扪心自问真的是我们自己的体系没有能力造出来吗？关键用何种制度，培养什么样的带头人？建立打造一支真正拥有4.0体系强国制造抱负的符合国际规范化的队伍？

摸耳朵

三 月中旬，福特汽车的新掌门人菲尔兹亮相于钓鱼台高层经济论坛后，马不停蹄地赶到杭州，在新车锐界的上市中，耐人寻味地对外刊发了一张摸耳朵的照片——这个动作经请教国际手语专家——要表达的不仅惹人注意，更要体现福特“唯我独尊”的概念。

于此，长安福特宣布并购哈飞的哈尔滨的工厂，以提高在本土六厂四地布局的产能规模。菲尔兹在中国的亮相代表了福特汽车在全球的重点转型。

菲尔兹早代表福特操刀阿根廷市场，又在亚洲的资本并购中铲除日本马自达内部藩篱和繁杂的供应链体系，并主导轿跑新车型的开发，还参与了在欧洲福特旗下阿斯顿·马丁、捷豹、路虎和沃尔沃四大品牌的并购与变卖，又在美元量化宽松中与穆拉利使百年福特的破产新生，这些历历在目的国际运作背景，使他成为想当然的穆拉利的接班人。

1月，菲尔兹在2015年CES消费电子展上宣布了福特汽车“智能移动计划”，实施该计划的第一步是推出包括大数据驱动、车辆共享、快速充电等25个试验项目。通过大数据整合提升至更高水平，以期最终改变世界出行方式。

2011年，福特公布了在中国发展的“1515”计划，到2015年，在中国推出15款新车、10款全新发动机、10款全新变速箱、产能提高至120万辆。三年前福特导入中国的产品参与竞争的细分市场覆盖率为22%，现在已达55%，市场占有率已经从2.5%上升至4.5%。

菲尔兹认为，中国市场增速放缓信号，是要放到庞大的基数下，7%的增长依然是非常快的增长速度，中国市场未来的增长潜力还是非常可观的。



结论

作 为国家级自贸区上海的新内涵车展，如何深度引导观众，如何提高整车厂和零部件厂商参展精细化的传播意识，最重要的是取消了美女营销，转化为创新制造的正能量。

中国经济又迎来了一个时期。这个时期就是习近平说的新常态，新常态就是中高速增长，更高的质量，更高的效益，更可持续的发展。