

# 60岁中国汽车工业寻求再突破

1953年7月15日，一块刻有毛泽东题写的“第一汽车制造厂奠基纪念”的汉白玉基石置于长春“中国一汽”中心广场，这是新中国汽车工业大幕正式开启的重要标志。至今年7月15日，中国汽车工业走过了一个甲子六十个年头。

60年来，尤其是改革开放30多年来，中国汽车工业从无到有，由小到大，从生产卡车到生产高级轿车，从单一的自主品牌到合资品牌，再到自主品牌的全面崛起。中国车市超越日、美，成为世界第一汽车制造大国和全球最大新车消费市场。

然而目前中国汽车业的突出问题，就是竞争力不强。缺少技术发明，缺乏原创产品，研发

投入水平偏低，技术创新体系不完善；在车辆控制、轻量化、信息化、智能化和电动化等前沿领域差距明显；单一的汽车平台，产品规模较低；汽车零部件缺乏核心技术，关键零部件依靠国际资源。企业国际化进程缓慢，缺乏世界知名品牌；相关工业基础薄弱，汽车专用芯片几乎空白，高端汽车研发和制造装备基本依赖进口，难于满足汽车产业发展需要。

中国汽车业要持续发展，又受到诸多困难的制约。汽车对传统能源的依赖，举高不下，石油进口依存度接近60%，涉及到国家的能源安全，车用汽油消耗量占国内汽油消耗总量的85%以上，车用柴油消耗量占国内柴油

消耗总量的45%以上；汽车CO<sub>2</sub>平均排放量与发达国家差距很大，环保任务非常繁重；城市道路交通设施发展严重滞后于汽车普及程度，道路交通管理水平不能满足汽车社会发展需要。

中汽协近日提出了2020年行业核心竞争力的战略目标：有2-3家企业(集团)综合实力进入世界前十位，形成3-5个世界级知名汽车品牌；逐步形成模块化、系统化供货能力，力争形成一批世界级零部件供应商。创新能力方面：建成与国际同步的创新研究开发体系，专利申请数量和知识产权拥有量达到世界水平，半数以上轿车产品实现自主开发并在信息化、智能化和动力电气化方面达到世界水平。

全力推行节能和新能源汽车发展，协调好新能源汽车与智能电网的关系，加速构建城市智能化道路体系，优先发展并创造舒适的公共交通，用市场和经济杠杆调节公共交通和私家车出行，努力从根本上破解道路交通拥堵瓶颈，方能确保汽车业的可持续发展。

拥有和使用汽车是小康社会的重要标志之一，随着城镇化的推进和居民收入的倍增，势必激发巨大的新车需求；逾亿的摩托车和低速汽车拥有量、上亿的汽车保有量，也带来消费升级更新等刚性需求，成为汽车业可持续发展的原动力，未来十年仍然是中国汽车业发展的重大战略机遇期。 特约撰稿 张伯顺

# 汽车自主品牌满意度进步明显

日前发布的2013年中国汽车品牌满意度销售服务指数报告显示，自主品牌满意度取得长足进步，同比提高2.7%，与合资品牌的差距进一步缩小。

由国务院国资委研究中心、中国环保产业协会、联想国际于2005年共同创办，每年定期发布的“中国汽车品牌满意度调查”经过多年的不断沉淀、发展和创新，目前已经成为国内最具公信力的汽车市场调查之一。该调查综合了汽车产品、销售、服务等各个环节，能更为全面的反映厂商的竞争力。根据车型用户特征，调研分为自主品牌、合资品牌、高端/进口品牌三类，并且根据各自客户群的特点设计调查体系和问卷，有效地区分了不同品牌用户的关注点，更有利于公平客观的评价品牌满意度。

业内人士表示，中国汽车市场的井喷式增长让车营销从卖产品到卖服务，汽车营销发展到了客户满意度为核心的阶段。无论是产品、技术还是品牌和服务，最终目标都是在提升客户的满意度，这才是消费者真正的关注和需求。良好的体验不仅使品牌在消费者心中的印象不断提升，也使得品牌的“溢价力”大幅提升。本次调研消费者反映较多的问题主要集中在以前销售顾问不太注意的一些小问题，这些看似简单的细节对消费者满意度影响已经越来越大，相关厂家应该对此高度关注。

今天，在车型趋同化的市场上，成功的品牌正在依靠其强大的客户服务维持着市场份额。但是，服务是感性的，它不仅包括展厅是否漂亮、是否提供更多的饮品等表面服务，更重要的是“和消费者最贴近的因素”。近几年来，自主品牌在技术开发、产品品质、品牌提升上取得了长足进步，但同合资品牌相比，在客户满意度方面仍有较大差距。客户满意度是影响车主忠诚度和品牌推荐度的重要因素，高满意度可以提高顾客忠诚度和汽车品牌的美誉度，同时还可以带来更好口碑，从而促进未来的销售。

在售后服务方面，由于厂商重视，自主品牌同合资品牌的差距在缩小，但是在销售服务方面，同合资品牌还有较大差距。中国汽车市场早已过了低价竞争的时代，随着汽车使用覆盖率的提高以及用车经验的丰富，消费者购车在关注产品质量、安全、配置、外观等因素的同时，将更加注重服务质量。只有做到精细化服务，才是优化客户感知的最根本途径。在市场竞争更加激烈，消费更趋成熟与理性的2013年，提升消费者满意度可望成为自主品牌提升销量的一个突破点。 雍君

## 纳智捷5 Sedan预售10.88万元起



7月4日，东风裕隆纳智捷第一款轿车——纳智捷 5 Sedan已正式到达全国的纳智捷汽车生活馆接受预订，预售价10.88万-17.58万元。

作为全新的高端智慧中级轿车，纳智捷 5 Sedan以大空间、大智慧的产品优势成为了中级轿车市场智慧车型新势力，其最大的亮点当属领先全球的用Android程序撰写的Pad In Car智慧

系统，这套车载系统由纳智捷与HTC共同研发，通过中控台上的9寸智慧触控屏幕操作。

即日起至8月，订购纳智捷 5 Sedan将获赠冷热置杯架和HTC Butterfly手机及通讯费等丰富的礼品。东风裕隆也同期启动全系车型“台湾游骑行”抽奖活动。即日起到8月底到店试乘试驾、购买纳智捷全系产品均可获得免费台湾游抽奖机会。7月8日起至8月31日，其间购买与领取牌照的纳智捷用户，还均可享受价值5000元的6大系统6年或15万公里的延长保修。

## 广汽本田凌派上海发布

广汽本田6月30日在上海中华艺术宫隆重举行了“燃点斗志——凌派(CRIDER)上市发布盛典”，宣布凌派登陆上海市场。此次凌派共推出1.8手动舒适版、1.8自动舒适版、1.8自动豪华版、1.8自动旗舰版等4种产品规格，厂家指导价分别为：11.48万元、12.48万元、13.48万元和14.98万元。

本次上市的凌派，目标消费群瞄准更具活力的80后一族，是本田第一款真正为中国市场量身打造，并在中国全球首发的新车，完全突破了以往本田直接将海外车型导入中国市场的模式。凌派超级别的空间表现是一大亮点。凌派的车身尺寸为4650x2650x1735mm，全面超越同级别其它中级车，带来媲美中高级车的后排乘坐空间。 晓流



## 华晨宝马战略扩张迈入新十年

7月5日，华晨宝马在铁西新工厂举行十周年庆典，开启了华晨宝马战略扩张的全新历史阶段。庆典活动以“同行同悦”为主题，反映了双方股东的密切合作以及华晨宝马对未来的承诺。

经过10年的建设和发展，华晨宝马实现了向新产品、新标准、新技术的成功跨越，以不断改进和创新，努力顺应市场发展，同时着眼于放眼全

球，扎根中国的经营理念，结合中国的实际情况，对中国市场的承诺不断加强。

华晨宝马于去年年初率先引进了宝马X1进行本土化生产，并于去年中期推出专为中国客户开发制造的全新一代宝马3系长轴距；2013年1月，全新宝马3系标准轴距也按计划投产；加上保持热销的宝马5系长轴距，华晨宝马已经拥有三大系列超过三十款车型的

强大产品线。

宝马集团及华晨宝马伙伴们已为下一个10年描绘出更新、更大的蓝图。华晨宝马铁西新工厂于2013年全面竣工后，年产能达到20万辆，并拥有根据市场发展继续扩张的可能。此外，2013年，华晨宝马将在铁西新工厂附近开工建设一座全新的发动机厂，计划于2015年投产，所有核心零部件将全部实现本土化生产。

在研发领域，华晨宝马致力于形成整车研发能力。到2013年底，华晨宝马的研发人员将达到500人，多数为中国本地人才。2013年内，继美国加州和日本东京之后，宝马集团中国技术中心将在上海成立。

在华晨宝马成立十周年之际，合资自主产品新品牌“之诺”的诞生，也将开辟新的业务领域，进一步推动华晨宝马的销量增长和未来发展。 罗裕



## 深圳用户开上宝马电动车

日前，宝马中国正式将BMW ActiveE纯电动汽车交付给15位深圳用户。这是宝马集团继MINI E项目之后在全球发起的又一个电动汽车项目，也是宝马集团电动汽车发展蓝图中非常重要的一个阶段，并与MINI E项目、以及即将上市的BMW i品牌产品紧密衔接，助力中国新能源汽车的发展。

此前，MINI E实路项目曾在深圳进行，与之不同的是，此次的BMW ActiveE纯电动汽车项目中，15位入选的用户将驾驶BMW ActiveE长达12个月，并需每月支付4200元租金。

BMW ActiveE是以BMW 1系双门轿跑车为基础研发出的纯电力驱动车。它以32千瓦时高压锂离子电池储存能量，使用220伏/32安电源充满电只需4-5个小时，而160公里的平均续航里程，足以满足包括上下班在内的城市出行需求。特别值得一提的是，BMW ActiveE具有电动汽车专享的驾驶乐趣，可在9秒内安静地完成0-100公里/小时的加速。 姚琼

## 三款MINI ONE限量版同价上市

MINI中国日前宣布三款MINI ONE限量版在全国正式上市，共供应2000辆，全国零售价均为23.7万元。限量版车型以MINI ONE标准款为基础，分别配备了更多偏向运动性、舒适性、个性化的配置。各地每家MINI经销将只提供其中一款限量版供应当地市场。

销售价格一致的三款MINI ONE限量版车型，标配电动全景天窗和倒车雷达，车身颜色有胡椒白、辣椒红、

冰川蓝三种颜色可供选择，并提供更加丰富的车型配置。

据介绍，即日起，购买MINI ONE限量版车型的顾客还可以享受低首付、低月供，两年0利率的金融方案。用户在支付40%的首付之后，接下来24个月零利率，月供低至千元。部分城市中购买MINI ONE限量版车型的顾客，还有机会通过快速审批通道申请贷款，提供简单的证明资料即可无压力开MINI上路。 林夏

## 腾讯车友微博节启幕

7月1日，腾讯汽车启动第三届腾讯车友微博节，本届主题是“青春在路上，一起@车生活”。本届车友微博节不但延续了前两届的规模和形式，更加入了今年流行的趋势和热点，引入更多的名人与车友互动。

腾讯汽车微博社区是目前国内最大规模的车友微博社区。本届腾讯车友微博节将在全国四大赛区同时启动，主办方将在区初赛、区复赛和全国总决赛三个比赛阶段设置不同挑战任务。而此次比赛的奖品也颇为丰厚，在决赛环节中积分最高的团队将获得8万元的自驾基金。