

2009 年销售汽车 1364 万辆,增长 46.2%,今年一季度销量同比增长 77.5%,这一数据再度表明,中国已成为汽车业跨国集团最重要的发展源头

北京车展:全球汽车业集体转型全线飘“绿”

INC. 焦点·北京车展

■本报记者 于宛尼

4月23日,北京迎来了入春以来难得的艳阳,垂柳下怒放的迎春花格外艳丽。早上6点,记者便奔赴位于顺义的北京国际展览中心。这一天,以“畅想绿色未来”为主题的第11届北京国际汽车展览会率先对媒体开放。北京车展诞生于1990年7月3日,当时叫“北京国际汽车与工艺装备展览会”,展位面积不到2万平方米,参展中外企业400家,国外厂商带来23辆展车。而那一年,中国汽车产量仅为50.9万辆。

20年后,随着中国汽车市场蓬勃发展,北京车展已升级为国际顶级车展。此次展位面积近20万平方米,来自16个国家和地区的2100家厂商参展,是去年东京车展的近20倍。和欧美大部分厂商放弃东京车展形成对照,海外大型制造商一致选择北京车展发布最新的环保技术和概念车。展出车辆990辆,包括全球首发新车89辆。

2009年销售汽车1364万辆,增长46.2%,今年一季度销量同比增长77.5%,这一数据再度表明,中国已成为汽车业跨国集团最重要发展源头。中国汽车工业企业正在尝试一次集体的战略转型,迎接中国汽车社会。未来,已来。

技术战略转型谋变

极富动感的背景音乐,炫目的灯光,香车云集,美女遍地……这是人们对于早年车展的印象,而今年,“新战略、新技术、新体验”是记者最深刻的感受。

受金融危机冲击,底特律失去了早年的光环,取而代之的是中国作为新兴汽车销售市场正在迅速崛起。2009年超出所有汽车企业预期的销售额是一支强剂,繁华背后每个人都期待销售布局,加紧新战略布局。

2009年,大众汽车发布一份宏伟的“2018计划”以及“南方战略”,本届车展上,大众汽车正在显示其全球老大的特质,整个

E5馆都是其旗下的品牌汽车,奥迪、保时捷、一汽大众、上海大众、斯柯达、赛利,豪华的参展阵容着实吸引人眼球。

“得益于2007年开始实施的动力总成战略,在华销售200万辆的战略计划会提早实现。”当天,大众汽车集团(中国)总裁兼首席执行官范安德博士充满信心地称。在这一战略目标的指导下,3年间,大众汽车在中国的TSI发动机和DSG变速箱工厂相继落成。新一代的发动机和自动变速箱技术的先后引进,使大众(中国)在动力总成技术方面大大超越了其竞争对手,也进一步巩固了大众汽车中国市场领先者的地位。2009年大众汽车品牌在华销量达1117909辆,同比增长32.4%。2010年,将有7款国产新车型上市,同时还会在大连开始生产最新的7速DSG双离合自动变速箱。

同样,作为自主品牌的代表企业北汽集团也努力利用“技术”改变命运。23日上午,刚刚完成萨博收购的北汽推出了三款自主品牌乘用车—C30EV、C71和B90,并正式发布了其自主品牌“北京”牌汽车的商标。

“我们在国际市场上竞争力不强,核心问题是技术弱,其后才是管理、品牌、售后服务等等。”北京汽车工业控股有限责任公司董事长徐和谊接受本报专访时表示,“依托萨博的知识产权,北汽的羽翼会逐渐丰满,我们一定会抓住发展自主品牌最后契机,2011年底自主乘用车的产销量目标要实现10万辆。”

据北汽控股公司副总经理张欣透露,北汽在结合萨博3个轿车平台基础上,又开发了生产豪华车的平台,以及生产A0级小型车的平台,这两大类车型将在今后推出。北汽的自主品牌高端乘用车基地已完成选址,正在建设中。整车制造厂则选址在北京的汽车城——顺义区,区内即将开工,预计建成后年产量为30万辆。

新能源成为“流行风”

本届车展上,和“兽善”同样成为高频词的就是“新能源战略与新能源汽车”。据悉,参



展商推出了95款新能源汽车。

“人·车·自然和谐共处”是日产汽车建立生态友好型社会的理念。日产新车发布会上,展台以蓝色为主题,“新能源汽车时代已经来临,先进的零排放理念和电动汽车技术将是日产在中国未来的核心竞争力。”日产汽车全球总裁兼首席执行官卡洛斯·戈恩表示。

车身及内饰均采用了环保的“蓝色地球”颜色主题的聆风电动车,采用层叠式紧凑型锂离子电池驱动,电池组的最大输出功率可以达到90千瓦,续航里程可达160公里。最令戈恩自豪的是,“NISSANLEAF不仅可以让消费者体验富有乐趣的驾驶体验,也能满足日常家用充电需求。”据悉,该车可使用200伏交流电,8小时可以使车辆充满;通过10分钟的快速充电,NISSANLEAF就可行驶50公里,方便消费者长途行驶。

与日产主攻纯电动汽车不同的是,吉利汽车则立足于动力总成、新能源相结合的方式进行战略布局。

以“梁祝”为背景音乐的“技术吉利”新车发布会上,吉利汽车推出了帝豪、全球鹰、英



伦3大子品牌区域和安全、动力总成、新能源三大主题公园,39款整车、14款动力总成产品和1款模拟器。

破茧化蝶的吉利汽车正在以新技术、新吉利逐渐提高消费者对其的认可度。“立足传统,储备未来是我们的能源多样化战略。”吉利副总裁赵福全在接受本报专访时称,“相信就要付诸实践。”立足于不断优化的传统动力

新能源车路线图:成就谁的精彩?

INC. 随笔·北京车展

■本报记者 蒋茵

迄今为止规模最大的本届北京国际车展以“畅想绿色未来”为主题,吸引了众多世界汽车业巨头,包括那些顶着火花来到这里的欧洲人。对他们来说,这是一次“值得”的旅途,因为中国市场着实太重要太过诱人。每个企业的新能源车发展路线图即便

负责研发的宝马集团董事长克劳斯·德雷格博士坚定认为“新能源车必定会带来革命性的变革”

本报讯 虽然冰岛的火山灰严重影响了欧洲的航空,但负责研发的宝马集团董事长克劳斯·德雷格博士还是克服困难不远万里来参加北京国际车展。面对这样做“是否值得”的问题,他的回答不容置疑:“当然值得。”

在宝马27年的他在多个部门工作过,研发部门呆的时间最长,做了10年。以一个汽车研发人员的专业眼光来看,新能源汽车是否意味着汽车业一个革命性的变革?他的回答不容置疑:“绝对是。”

如果说前者肯定了一种市场的趋势,那么后者是肯定了一种技术的趋势。事实上,宝马的方向似乎已经锁定。

4月23日的北京国际车展上,宝马集团携全新BMW高效混合动力X6、全新BMW高效混合动力7系以及BMWActiveE电动概念车同台亮相。与此同时,宝马宣布2010年在中国的销售目标是12万辆,此前其目标是超过10万辆。

早在7年前,BMW开始实施的Efficient Dynamics(高效动力)策略就对新能源汽车领域有了清晰的战略规划,包括发展高效混合动力驱动技术、电动车以及氢能驱动。

“电动车零排放,真正无污染。更重要的是到目前为止,我们发现电动车更接近市场化。因为驱动汽车的基础设施更为复杂,而电力驱动的基础设施更为健全。”德雷格博士在接受本报记者专访时这么表示。

早在1972年慕尼黑奥运会上,宝马就曾首次尝试纯电动车。而在4月22日的“电动未来——BMW之夜”活动上,宝马明确给出了发展电动车的路线图和时间表。

宝马将在今年和明年分别将宝马最新电

动MINIE和BMWActiveE带进中国市场。“我们不能一直等到大规模发展电动汽车的条件完全成熟,比如拥有了综合性的充电网络,才开始发展电动车。”德雷格博士强调。本次车展上,宝马集团还首度明确,将在2013年推出“超大城市汽车”——这将是宝马集团第一款量产纯电动汽车。“新车型将针对城市交通需要设计,保证电动驱动技术最大程度的应用,并可能大量应用强度高而质量轻的碳纤维这种新型材料。”德雷格博士说。

如果说过去30年合资模式大大推动了中国汽车业的发展,那么在新能源车领域,合资模式将如何继续发挥作用?“目前,宝马与同济大学合作将BMW5系长轴距版改造成为纯电动汽车的研究。包括电机、电池和电力电子系统都将来自中国本地。”德雷格说,这款“在中国、源于中国、为中国”的新能源车,将与华晨宝马沈阳工厂协作进行。

“高速增长的中国市场将对电动车有旺盛需求,宝马应该参与其中。”德雷格说,不同的市场可能适应不同的新能源车。“美国市场的柴油发动机车很少,所以新能源车需求可能更大;欧洲除了现有的大量柴油发动机车,也会有混合动力车的需求;而在中国市场,发展更快的可能是使用电池的电动车。”

宝马大中华区总裁史登科一再强调,市场份额是衡量宝马在华是否成功的重要指标。2006年就宣称要赶超宝马的奔驰,目前在国内份额与宝马差距越拉越大,但与先入为主的奥迪一年超过15万辆的销量规模相比,宝马仍有一定差距。在电动车领域,宝马能够实现弯道超车的梦想吗?(江南)

■本报记者 于宛尼

“翠绿的竹叶点缀在车上,真好看。”4月24日,参加2010年北京车展的记者们被一款名为“竹风”的电动车吸引。中国最大的独立汽车设计公司阿尔特(中国)汽车技术有限公司正式进军电动车市场,推出竹风、武峰、eTAXI三款电动概念车。当日,阿尔特还宣布与日本ENAX株式会社、中国汽车技术研究中心合资成立上海卡耐新能源有限公司,进行电动车用锂离子电池的开发、制造、销售以及相关服务。

作为环保节能汽车“最终解决方案”,纯电动汽车今年迎来了“关键年”,北京车展上电动车更是成为汽车厂商不可或缺的大菜”。

阿尔特是中国最大的独立汽车设计公司。客户由早期的奇瑞,拓展到一汽大众、华晨、海南马自达、天津夏利,业务范围由整车



充电柜(桩)将是路边常见风景。

本报记者 姜文良 摄

在欧美,约40%的汽车设计由独立设计公司来完成,中国中小型制造商则更乐于大规模外包

阿尔特:为电动车插上梦想的翅膀

开发突破到汽车动力总成,以前只有主机厂掌握这些发动机技术。

其市场营销总监曾庆国说,我们选择了技术最不成熟、市场培育最漫长的纯电动车“突围”,但这风险也相对小一些。据悉,丰田、福特、BMW的混合动力汽车技术都很成熟,中国主机厂上马混合动力汽车更愿意选择与它们合作。

曾国庆说,虽然受技术所限,纯电动技术只能在某些特定场合或特种车辆上使用,但许多地方政府和主机厂已经有此计划。

阿尔特副总经理曾朝晖接受本报专访时

说,日本是电动车(EV)及电动车零部件技术最领先的。与具有代表性的日本企业建立战略联盟,可发挥自身国内的营销优势,整合符合各主机厂需求的EV零部件,进行电动汽车各总成及配件的开发、生产和销售以及电动汽车的改造设计工作。据悉,阿尔特将借助该联盟,在自有生产线上实现电动汽车本地化的小批量生产。

“电池快换技术”是纯电动车的关键技术之一,它的目的是弥补纯电动车续航里程较短的不足,可给用户使用带来极大的方便性。阿尔特研发的电池快换机构能使电池组

快换周期缩短到90秒,并可实现30000次以上无故障运行,能够强有力地为用户提供使用纯电动车的方便性和快捷性。

在欧美,约40%的汽车设计由独立设计公司来完成,中国中小型制造商则更乐于大规模外包。虽然各主机厂都在积累自主设计力量,但一位业内人士评价:“依然满足不了需求,独立汽车设计公司的空间很大。”

“只要我们把像样的技术拿出来,一定会受到整车厂商追捧,关键是要东西好。”曾朝晖坚信。

“基础设施不健全,消费者开着电动车出去最怕的就是没电停在荒郊野岭。”

可以预见新能源汽车发展道路不平坦。为了解决上述的难题,长安汽车已经开始和国际电网、中石化等合作提供上述解决方案。未来3年,长安将斥资10亿元,打造新能源汽车创新型产业基地。

北京车展上,长安3000余平方米展位上吸引了很多年轻观众。而记者被长安推出的CM10太阳能概念车吸引,该车以太阳能辅助能源,实现太阳能和内燃机的双能源,充分利用太阳能驱动空调和其它车用电,降低整车油耗的同时减少碳排放。中国工程院院士、湖南大学校长钟志华对记者表示,中国在新能源汽车上并没有输在起跑线上,现在才刚刚开始,企业也可以尝试更多具有可能性的新能源,不仅是电动车、氢能等。

从北京车展上展示的信息看,新能源汽车的车型都是微型系列,而这一车型应该算是长安汽车的强项。(于雪)

通用汽车中国公司总裁甘文维:

“不可能用一颗子弹解决所有问题”

INC. 专访·北京车展

■本报记者 蒋茵

“过去一年,的确非常不容易。因为在申请破产保护期间,我们要做大量传播方面的工作,同时有一些同事遗憾地离开公司,你看我的头发都越来越少了。”4月23日下午,谈及通用公司申请破产保护近一年来的感受,甘文维用坦诚和幽默化解了多少会有一点的尴尬。

不过,作为通用中国总裁,他还是有足够理由为自己的业绩感到自豪。2009年,通用汽车在中国的销量达到183万辆,同比增长66.9%,连续5年成为在华销量最大的跨国汽车公司。“中国一直是通用汽车版图中最重要的市场之一,这个战略一直以來都没有改变。我们的责任就是要继续扩大销售规模,来获得合理的利润回报”。

向前看,绿色汽车是不可能绕过的话题。

在此次北京国际车展上,通用旗下的凯迪拉克Converj混合动力概念车和凯迪拉克XTS混合动力概念车亮相。明年,充电式雪佛兰将在中国销售。“不可能用一颗子弹解决新能源领域的所有问题。中国市场如此巨大,我们必须研究各种不同的解决方案。”甘文维说。

其实,1996年美国通用公司投入3.5亿美元开发出一款电动汽车EVI1,是商用汽车制造商生产的第一辆现代电动汽车,但由于该车成本高达8万美元,每天出租的费用仅350美元,纯属亏本生意。几年后,通用公司就决定收回所有出租的EVI1车,并停止了电池电动汽车的开发和生产计划。这一次,连发的子弹会带来怎样的战绩?

问:目前车企都在设计各自的绿色汽车发展路线图,通用的发展路径是怎样的?在中国会有新的合作伙伴?

我们有三步走的战略:第一是尽量提高传统内燃机汽车的燃油经济性;第二是会推出更多混合动力的车型,最终的目标应该是

有越来越多的电动车投放到市场。

在接下来的很长一段时间里,内燃机技术还是不会被市场淘汰,同时会有越来越多的新能源车出现,这就是通用汽车为什么会两方面共同努力。

问:国内不少企业希望借助新能源汽车项目赶超世界汽车巨头,对此您怎么看?

在技术含量非常高、非常成熟的电动车领域,通用等一些欧美日的车企占有一些优势;在一些低成本电动车领域,中国、印度等新兴市场的汽车厂商可能会有一些成本优势。

当然,我们并不是建议中国的厂商专注于低成本的电动车市场,只不过从中国政府的一些政策导向来说,可能更希望电动车能够在短时间内达到一个比较高的普及率,这就意味着你必须推出一些成本比较低、价格比较合适、消费者能够接受的电动车。

事实上肯定会有大量的中国汽车厂商来关注于研发一些科技含量比较高、技术比较成熟的电动车,这是一个趋势。

问:2011年将向中国引进充电式雪佛兰Volt,您对它的市场预期怎样?

新能源车有两种不同的方式进入市场,一种是先加强研发,等比较成熟了再投入市场;另一种是先把产品带入市场,然后随着市场变化来调整我们的战略。对通用来说,我们情愿把新技术车型更早地投入市场,由此引领市场发展方向。

从长期来看,人们需要更强动力和续航里程的新能源车,甚至实现电动车和车联网相互结合,像我们将来在世博会上展示的概念车EN-V一样,不会拥堵,自由驾驶,避免交通事故。但为了解决现在的环境和能源压力问题,我们也需要另外一条腿走路,开发一些相对来说成本比较低、技术含量不是很高的车来满足当下市场的需求。

问:人们普遍认为成本是新能源车普及的一大障碍,您如何看待?

事实上这方面的投入有一个非常大的区间,就混合动力来说我们有轻混和强混两种

车型,轻混车在价格上跟传统的涡轮增压车型差不多,强混车它的制造成本跟普通车辆相比可能就会翻倍,那么售价也有可能翻倍。

说到电动车,取决于你用什么样的电池组来驱动这辆车。如果需要更长的续航里程的话,就要加大很多的投入。就像任何一个新技术刚投入市场一样,它的价格一开始会比较高,随着技术普及和汽车销量的增加,我们相信价格会慢慢降到一个合适的区间。

问:上海通用总经理丁磊说:“其实我们距离新能源汽车的普及使用仅一步之遥。”但也有很多业内人士认为距离普及还有十多年甚至更长时间,您心目中普及的时间表是怎样的?

中国的汽车市场挺难做一个预测,因为它的发展速度和规模在别的市场上没有看到过。

就新能源汽车的普及率而言,有很多因素在起作用。比如说有没有合适的车投放市场上,有没有统一的新能源车标准,政府有没有一些鼓励购买新能源汽车的政策,以及相应的基础设施建设能不能在十年内达到一个比较高的市场占有率。

服务上海世博,北京车展观众提前享受

国航国内首推自助托运行李服务

本报讯(记者刘静)为服务上海世博会、迎接五一客运高峰的到来,提高旅客出行效率,4月28日,中国国际航空股份有限公司在国内首家推出自助托运行李服务。通过此项服务,乘坐国航从北京出发国内航班的旅客,可以在首都机场T3航站楼享受到自助托运行李服务,真正实现全流程自助办理乘机登记手续,出行将更加方便快捷。4月20日至27日,自助托运行李服务开始试运行,北京车展的观众由此提前享受到了此项服务。

目前世界上只有极少数航空公司可以为旅客提供自助行李托运行服务。国航在参考了世界主流航空公司成功经验的基础上,提供的自助行李托运行服务完全符合国际航空运输协会(IATA)标准,填补了中国没有此项服务的空白,而首都机场先进的系统也使国航的这项服务能够稳定运行。目前,国航这项服务的范围是针对乘坐从北京出港国航实际承运的国内航班(不包含国际航班国内段及个别国际航线)旅客,暂不包括婴儿、儿童、病残旅客等因行为、年龄和身体状况原因在旅途中需要特殊照料且符合一定条件才能运输的旅客,旅客携带的托运行李件数不能超过3件。