

财政部、发改委、工信部联合发布通知

继续对1.6升及以下节能环保汽车给予补贴

本报讯 为推进节能减排,促进大气污染治理,日前财政部、发改委、工信部联合发布《关于开展1.6升及以下节能环保汽车推广工作的通知》。通知指出,从2013年10月1日~2015年12月31日,实施1.6升及以下节能环保汽车推广补贴政策。

通知明确提出了推广车辆的产品综合燃料消耗量标准和污染物排放的相关限值要求,对消费者购买1.6升及以下节能环保汽车继续给予一次性3000元定额补助,由生产企业在销售时兑付给购买者,同时鼓励采用发动机怠速启停、高效直喷发动机、混合动力、轻量化等节能环保技术和产品。工信部、财政部、发改委等有关部门将对节能环保汽车的燃料消耗量和排放进行监督检查。

(王群)

国产DS被指品牌定位模糊

本报讯 日前,长安标致雪铁龙(以下简称“CAPSA”)首款国产车型全新DS5上市。有业内人士认为,CAPSA仍然没有清晰地传递出该车型的定位,可能将影响国产DS5的销售前景。

作为DS品牌的首款国产车型,DS5相比此前进口版本有了多达27项的升级。据了解,进入中国两年,DS品牌的关注度并不高。受困于雪铁龙大众车型的品牌定位,一直悬挂DS和雪铁龙双车标的DS车型,难以被消费者接受。此次国产版DS5与进口版本基本保持一致,并没有在外形上做过多的本土化修改。

有分析认为,目前在中国市场,豪华品牌都在打造自己专属的标签,比如宝马的驾控、奔驰的尊贵以及奥迪的科技,所以当DS步入到国产阶段需要真正实现销量上涨的时候,它也应该加速寻找属于自己的品牌关键词和品牌联想。但从目前的情况来看,CAPSA在这方面几乎没有任何营销政策的支持。有业内专家建议,CAPSA的首要任务应该是提升DS的品牌影响力。

(于烨)

克莱斯勒全球召回143万辆大切诺基和皮卡

本报讯 据外国媒体报道,克莱斯勒集团日前宣布,在全球范围内展开两起召回,总计涉及超过14万辆汽车,包括Jeep大切诺基SUV和Ram皮卡。

克莱斯勒称,正在全球召回132483辆2014年款Jeep大切诺基SUV。美国仍然是召回数量最多的市场,有91559辆大切诺基被召回,加拿大为6050辆;墨西哥为2662辆;北美区域之外总计32212辆。目前尚未公开是否涉及中国市场。此外,还将召回10800辆Ram皮卡。

克莱斯勒表示,Jeep大切诺基的警告灯可能会无故亮起,而仪表灯可能熄灭。由于同一电子模块控制着车辆的防抱死制动和电子稳定控制系统,这些系统也可能受到影响。

(肖捷)

40865辆福瑞迪汽车被召回

据新华社电(记者陈炜伟)国家质检总局日前通报,东风悦达起亚汽车有限公司向质检总局备案了召回计划,决定自今年10月20日起,召回2009年5月23日至2011年6月29日生产的部分福瑞迪汽车,共计40865辆。

据通报,本次召回范围内所涉及部分车辆的制动踏板开关触点接触不良,电信号延迟,导致ESP警告灯点亮、一键启动失灵、变速杆P挡移动困难或定速巡航无法解除,以及制动灯无法点亮,可能增加发生事故的概 率,存在安全隐患。东风悦达起亚汽车有限公司将为召回范围内的车辆免费更换合格的制动踏板开关,以消除安全隐患。

日本汽车零部件厂商及高管在美拟控价格被诟

据新华社电(记者王宗凯 高攀)美国司法部日前发表声明称,9家日本汽车零部件公司及两名高管承认多次合谋操纵价格,同意支付总额达7.4亿多美元刑事罚款,两名高管也将面临牢狱之灾。

声明说,这9家日本公司是日立汽车系统、捷太格特、三叶、三菱电子、三菱重工、精工、T.RAD、法雷奥日本和山德胶。两名公司高管一位是任职于日本汽车抗震橡胶产品供应商美国子公司的日本公民,同意在美服刑12个月零一天并支付2万美元刑事罚款;另一位是任职于日本汽车零部件供应商美国子公司的美国公民,同意在美服刑14个月并支付2万美元刑事罚款。

声明说,这些日本企业的汽车零部件客户包括美国克莱斯勒、福特和通用汽车以及本田、马自达、三菱、日产、丰田和富士重工等日本汽车企业的美 国子公司。为掩盖价格操纵,这些企业往往使用“代号”或“远程会议”的方式对零部件价格、销量和投标达成合作协议。

美国司法部称埃里克·霍尔德在声明中说,这些日本公司合谋操纵价格的非法行径影响到美国汽车厂商购买的50多亿美元汽车零部件和美国消费者购买的2500多万辆汽车。

算上这起案例,美国司法部反垄断部门至今在汽车零部件价格和投标操纵调查中共起诉了20家公司和21位高管,所有20家公司都认罪或同意认罪,也同意支付16多亿美元刑事罚款,21位高管中有17位已被判刑或正在签署附带有期服刑的认罪协议。

销量持续下滑、人事频繁换血、产品质量滑坡、资金压力增大……曾作为自主品牌排头兵的奇瑞正处于成立16年来最大的波谷之中

奇瑞走出困境仍存变数

■李永钧

“今天可以不谦虚地说,我们汽车专业是毕业了,我们会造车了!”在不久前的奇瑞全新一代中级轿车艾瑞泽7上市会上,奇瑞汽车董事长兼总经理尹同跃如是说。

人们也许很难理解尹同跃此时的心情,但对于关注奇瑞艰难转型的人来说,应该不难体会他话里透出的甜酸苦辣……在经历了3年的痛苦调整后,奇瑞汽车重新上路。

每况愈下

奇瑞汽车作为自主品牌的排头兵一直备受国人关注。然而近3年,奇瑞排头兵的地位受到挑战。奇瑞并没有如其他车企呈现持续增长态势,反而出现逐渐递减的尴尬景象。过去三年奇瑞销量分别是,2010年的60.09万辆,2011年的57.17万辆,2012年的49.24万辆。今年上半年奇瑞总计销量21.6万辆,同比下滑18.2%。成为自主品牌中唯一销量同比下降的厂商。与此同时,奇瑞还遭遇人事频繁换血、产品质量滑坡、资金压力增大等阵痛,危机四伏。

分析人士认为,真正将奇瑞拉下谷底的原因是整体战略失误。自1997年成立以来,奇瑞十分相信“多生孩子好打架”这个道理,每个细分领域都有产品,这样能够在发展初期快速打开局面、占领市场。2009年,奇瑞在业内率先将这一理念高调地总结为“多品牌战略”,并陆续推出了中高端的瑞麒、威麟品牌以及主营微客的开瑞品牌,和原来的奇瑞品牌并立为四大品牌架构,而且成立麒麟销售公司,独立建网经营,试图实现更好的市场覆盖并提升销量。

然而,研发的车型越多意味着成本越高,



奇瑞汽车前脸特写

而且产品线拉得过于长,顾此失彼。数据显示,瑞麒、威麟品牌上马至今从未实现盈利,独立经销商渠道也很快瓦解。

有业内专家表示,在奇瑞品牌没有形成品牌力的时候,这样的做法完全就是本末倒置,带来的是整个供应链的损失。事实证明,“拔苗助长”式的战略,是找到了目标没有找对路径,正确的方法是搞出一款车就要挣钱,把各方面的附加成本降下去。

其实,奇瑞式的膨胀反映出以数量型增长为特征的“中国特色”自主品牌发展模式,往往市场井喷时,掩盖了粗放型发展积累的深层次矛盾;但一旦外部环境骤变,市场放缓,多年盲目扩张带来的隐患立即集中爆发,

翻开奇瑞的销量数据,波浪形起伏颇为扎眼。曾被誉为中国自主品牌轿车旗手的奇瑞,显然正处于成立16年来最大的波谷之中。而这一切,都是盲目扩张不得不付出的代价。

回归原点

痛定思痛之下,战略转型成为奇瑞的选择。2010年5月,尹同跃曾坦言:“过去的多品牌策略不仅没有帮助奇瑞汽车提升品牌形象,还因为需要投入巨大的品牌费用而拖累了企业的发展;如果想到最有效的资源利用,就不能发展太多品牌。”这一表态意味着奇瑞对过去奉行的企业策略和产品战略的反思。

不少车主反映,平时驾驶基本都在城市公路和高速公路行驶,几乎没有激烈驾驶操控的经历。而所有出现此类问题的车主,首次到4S店反映问题时,得到的答案如出一辙:轮胎不在质保范围内,需车主自费更换。厂家对此也辩称,此问题与国内道路差及驾驶习惯不良有关。

据多年从事汽车维修专业的人士透露,轮胎的异常磨损问题大多与车辆悬挂系统有关。目前,反映轮胎异常磨损的车辆,多集中在2010年以后购买的车辆中,以2011款及2012款为主。据悉,2011款宝马5系摒弃了原来的前麦弗逊悬架,改用双叉臂式的前悬

宝马5系投诉量领衔中大型车

异味、分动器异响、方向盘转动发涩、车辆抖动、发动机熄火、转向异响、轮毂变形/轮胎鼓包、烧机油等问题。投诉问题多集中在2011~2012年所购买的车辆中,占有相关投诉的64%。

据报道,宝马5系的故障不乏共性问题,其中一些“胎里带”问题,更是被车主们所诟病。

轮胎噪音大及出现偏磨及啃胎的现象,成为宝马5系轿车投诉中最为集中的故障。来自江苏的车主王先生在投诉中表示,其购买的2011款华晨宝马523Li轿车使用到26000多公里时,检查轮胎后发现前轮胎外部花纹几乎磨平,内部花纹依然很深;后轮胎内部花纹几乎磨平,而外部花纹依然很深。

这样的现象几乎普遍存在于反映轮胎异常磨损的投诉中。在相关投诉案例中,异常磨损基本在1万多公里时就已出现,有些甚至在2万公里左右就需要更换轮胎。不少车主质疑底盘悬挂系统可能存在一定问题。

■文岩

让消费者苦等8年的汽车三包10月1日正式实施。然而,即使到了实施之时,仍在诸多细节问题上模糊不清,令广大消费者心存疑虑,纠结不安。

纠结一:退车难

与最初的版本相比,汽车三包规定的发动机、变速器、转向系统、制动系统、悬挂系统、前/后桥、车身等7类主要零部件维修更换两次以上,或者转向系统失效、制动系统失效、车身开裂或燃油泄漏等重大、突发的严重质量问题,消费者可退、换车。不在7类之列的,退、换车几乎是不可能的。换言之,只有车身严重损坏、制动和转向系统失效以及发动机、变速箱等出现问题,才能构成退、换车的条件。

有业内人士坦陈:像刹车失灵、转向失灵等消费者较常遇见的问题,汽车三包规定都回避了,消费者最为关心的退、换车或将成为小概率事件。最后确定可以退换车的几大总成系统的技术和质量已经相当成熟,在3万公里内发生质量问题,且两次更换维修都无法解决的概率极低。

“新车一旦被退,涉及到的问题十分复杂,一是谁来承担车辆的折旧费?二是购置车辆涉及交纳各种税费如何处理?三是上牌新车,若要退车,退回的车无法过户,不可能实现所退车辆回购;而对于进口车,其产生的进口关税又该由谁来承担?”北京某合资品牌的经销商坦言,退换车在他们看来几乎是不可

汽车三包:别让人空欢喜一场

能的事情。

纠结二:鉴定难

包修、包退、包换的前提是,消费者与汽车厂商、经销商就车辆本身的问题达成一致,这需要权威的第三方鉴定机构给出公正可信的结果。但现实情况是,在我国,汽车鉴定机构有限,基本上与汽车厂商有着千丝万缕的联系,其所做鉴定的公允性颇受质疑。

汽车三包第三十六条规定,处理家用汽车产品“三包”责任争议,需要对相关产品进行检验和鉴定的,按照产品质量仲裁检验和产品质量鉴定有关规定执行。然而,“相关规定”对具体哪些规定并不明晰。这也使得不少消费者对三包政策在实际操作中的效果。一旦消费者和经销商出现矛盾,由哪个部门来具体负责?仲裁权掌握在谁的手中?鉴定费谁来埋单?

国家质检总局引入了专家咨询这一快速调解方式,作为解决三包争议的主要手段。但专家库的人员构成在业内颇受质疑,专家库的技术人员多出自整车设计、制造及售后维修领域,多与汽车主机厂有千丝万缕的联系,其做出的鉴定很难让人信服。业内人士表示,只要没有一个国家级的鉴定中心,“三包”的

奇瑞开始对整体研发思路、产品规划和质量体系进行颠覆性的梳理和再造。颠覆的第一步,就是大刀阔斧砍掉了100多个研发项目,一举让逆向研发成为了历史。接下来,奇瑞决心按照正向研发的流程和标准,从消费者调研、产品定义开始,按照“做好产品、做好产品、做精产品”的目标和要求,打造一款代表中国自主品牌最高水准的新车。

过去各自为政的研发造成了极大的资源浪费。变革之后,12个研究院重新划分为项目开发中心和技术中心两大部门。研发团队也由横队变为纵队,做车身的集中做车身,做电器的集中做电器,做底盘的集中做底盘,大大提升了各子系统之间的协同效应和开发水平。

随后,研发体系的变革,逐步延伸至采购、销售、制造、营销等全产业链。2012年,奇瑞宣布实施“一个奇瑞”战略,暂停瑞麒、威麟和开瑞三个品牌,将所有产品都回归到奇瑞母品牌下。奇瑞的在售车型也从高峰时期的32款缩减到16款。

今年7月15日,奇瑞汽车又迎来最大一次机构调整。奇瑞销售总公司更名为营销公司,酝酿了2年之久的分销中心计划正式实施。与此同时,奇瑞也在对营销体系进行调整,将原有的26个大区缩为8个大区,同时赋予大区更多自主权。奇瑞汽车开始重回原点,回归一个奇瑞品牌。

尚有变数

在9月上旬闭幕的2013成都车展上,奇瑞汽车展台的重点是不久前正式上市的艾瑞泽7和即将正式登场的E3。这两款车型都是奇瑞汽车正向开发的产品。按照尹同跃的表述,这是奇瑞真正“学会造车”之后推出的产品,奇瑞的研发体系已经进行了“洗心革面”

一汽大众提升产能稳固市场老大地位



9月25日,伴随着全新高尔夫下线,一汽-大众佛山工厂建成投产。据悉,佛山工厂的投产将极大地缓解一汽-大众的产能瓶颈。

据介绍,一汽-大众佛山工厂首次采用了代表大众最新技术、目前风头最劲的MQB平台技术,可实现多系列产品的混线生产,同一模块可用于从A0级到C级车的生产与开发,有效降低成本,令效率与效益得到显著提升。

根据规划,除了首款下线的高尔夫7车型之外,第二款投产车型将是奥迪A3。一汽-大众汽车有限公司董事、总经理张丕杰介绍:“佛山工厂将生产大众和奥迪两个品牌车型,未来还将有更多车型会导入到佛山工厂。”

全新高尔夫在遵循高尔夫品牌一如既往的高标准、高品质的同时,更注入了新的理念和灵魂,将为消费者带来焕然一新的体验,有望成为A+级两厢车的新标杆。

由于品质优秀,一汽大众产品销售一直火热。今年8月,一汽-大众产销再次夺得中国乘用车市场月度销售冠军,这也是今年5月以来一汽-大众第四次夺冠。1~8月份,一汽-大众总销量已经突破100万辆,其中中量产品品牌——大众突破70万辆,豪华品牌——奥迪突破30万辆。去年,一汽-大众曾经用了10个月达到了100万辆,今年一汽-大众只用了8个月就实现了百万。

一汽-大众汽车有限公司企业品牌新闻发言人、公关总监李鹏程表示,生产全新高尔夫的一汽-大众佛山分公司,是一汽-大众继长春基地、西南基地之后建设的第三个生产基地。佛山工厂借鉴享有“世界最环保汽车工厂”美誉的大众北美工厂的规划和设计经验,大量采用国际顶级的生产设备,实现了高效生产和可持续发展的并行不悖。该工厂的投产将会更好地满足市场需求,进一步引领市场。

(丁文)

真正落实就是一个遥不可及的梦,只能期待汽车企业的“业界良心”。

纠结三:维权难

汽车三包规定虽然出台,但对消费者而言,将来的维权之路仍然会十分艰难。主要体现在三个方面,一是汽车三包规定中的一些不确定性,将来很可能会被人钻空子;二是汽车三包规定的惩罚过轻,区区3万元罚款对车企来说构不成威慑力;三是目前的条款都是框架性的规定,实施细则等都不完善,很容易陷入取证难、维权难的窘境。

不少消费者担心,如果车子出了质量问题,车主要自己举证,费钱又费力;还有人认为,汽车三包的很多细节都还需要完善。一是在于车辆质量鉴定费用高昂,普通消费者难以承受。另一个原因就是现有汽车质量方面的检测机构太少,不够中立,鉴定程序繁琐,周期较长。在多数情况下,汽车出了质量问题,都是厂家自行鉴定,这种既当“运动员”又当“裁判员”的现状,让消费者无法认可检测数据或鉴定结论。

“维权很麻烦,很费精力。”消费者李先生说,新规出台后,如果厂家不承认车辆有实际的问题,经销商又不会承担相关损失,那么车

主要对问题车进行鉴定时,将会有很大困难。

纠结四:执行难

在厂商、经销商以及消费者这本就不平等的三角关系里,汽车三包遭遇“执行难”恐怕是一个难以避免的事实。

首先,汽车三包只是一个部颁规章,不是立法,甚至都不算不上行政法规。因此许多业内人士对于汽车三包规定能否执行到位报以担忧。其次,在汽车三包中,并没有对生产者和销售者的责任界定给出明确的表述,相反,原本处于弱势地位的经销商却仍是责任主体。

再次,在消费者出了质量问题,而不单能够保护消费者的权益,而且加重了消费者的义务,变相把生产厂家的责任给摆脱出去了。再次,在汽车三包中,并没有对生产者和销售者的责任界定给出明确的表述,相反,原本处于弱势地位的经销商却仍是责任主体。“在中国,‘包退换’就好像是个口号一样。即使有了三包,也不会觉得更有保障,只怕下对政策,毕竟牵扯到的利益太多了。”类似意见的消费者并不在少数。尽管国家质检总局正在努力通过一些手段来避免汽车三包沦为一张空文,但消费者更相信“眼见为实”。