

北京车展折射行业变局

2000 余家参展厂商、1134 台展车、23 万平方米展出面积、118 台全球首发车，其中跨国公司 31 台、45 台亚洲首发车、71 台概念车、79 台新能源车……毋庸置疑，一项项“硬邦邦”的指标，已经将北京车展推向“全球最大”的宝座。那么，热闹的车展背后，究竟折射出中国汽车行业哪些发展趋势和格局变化呢？

自主品牌困境中坚毅前行

“本次车展展出了全新概念车 concept α 与 concept β，发布了国内首个汽车设计理念——Chery Design，奇瑞未来的产品设计语言正逐渐清晰。代表奇瑞战略转型初步成果的艾瑞泽 7 和瑞虎 5，今年以来销量也节节攀升，奇瑞战略转型已到了收获期，3 年来因转型承受着的巨大压力，如今正转化为奇瑞人的信心。”奇瑞汽车董事长尹同跃的话，从一个侧面反映了中国自主品牌的现状。

今年一季度，自主品牌乘用车销量仅增 6.6%，低于乘用车整体的 14.7%，市场份额同比更是下降 2.6 个百分点。面对市场的调整、合资品牌的价格下探，自主品牌虽然在造型、技术、工艺上取得了大幅进步，但面临的竞争环境正逐步恶化，如何调整转型，改革创新，尽快补上品牌、产品、品质等短板，发挥对市场反应灵活，在三、四线城市精耕细作以及成本等优势，成为摆在自主车企面前的大课题。

早在 2012 年就已启动的吉利品牌战略调整，终于在 2014 年北京国际车展前夕揭开面纱。吉利汽车副总裁兼吉利汽车销售公司总经理孙晓东在 4 月 18 日的发布会现场表示，未来

将把目前的帝豪、全球鹰、英伦三个子品牌合并为统一的吉利品牌，逐步完善产品谱系，同时营销渠道也将做出整合。与此同时，吉利还发布了一个由沃尔沃技术支持下建立的、具有代表时下最先进生产工艺、涉及轿车、SUV、新能源车型的 FE 可扩展平台，据悉，这一平台下的车型将于 2015 年开始陆续推出；2016 年，另一个吉利与沃尔沃联合开发的全球领先、用于 A+ 级别车型的 CMA 架构也将问世。

与奇瑞、吉利相比，一汽、东风等国家队在自主品牌发展上同样不轻松。“在‘大盘式’增长不复存在、整体进入微增长时代的中国汽车市场，面对合资品牌的激烈竞争，中国一汽自主品牌面临的形势更加严峻。”一汽集团总经理徐宪平坦言，作为“共和国汽车行业长子”，中国一汽已将未来十年自主品牌的奋斗目标定位于“中国第一、世界前十”，为此，中国一汽不仅确认了“红旗”“解放”“一汽乘用车”清晰的品牌架构，从明年开始，1.0~2.0 升 5 款直喷增压发动机和双离合变速箱将陆续装车，4 款纯电动、插电式混合动力等新能源车今年起将陆续上市。徐宪平说，“到 2020 年，一汽将推出 18 款全新产品，力争实现自主品牌年销量 200 万辆的目标。”

在收购 PSA 集团 14.1% 股份之后，东风汽车“大自主、大协同”战略的全新成就让业界颇为振奋。其中，入股 PSA 后首款战略车型东风风神 L60 量产概念车，就来源于 PSA 先进的二号平台。该平台不仅可实现柔性化、模块化生产，而且拥有国际水准的制造能力和高品

质。此外，东风汽车还展出了进军高端乘用车市场的旗舰车型“东风一号”概念车、首款 SUV 车型 AX7、东风风行首款三厢家轿 S50 三款全球首发车型。

跨国公司全力进军中国市场

“目前，全球汽车年产量约 8800 万辆，中国占到 2200 万辆，预计未来全球汽车产量将达到 1 亿辆，在新增的每年 1200 万辆产量中，将有 800 万辆来自中国。因此，丰田能否成为世界第一大汽车制造商，关键是要看在中国汽车市场的表现。”丰田汽车副社长伊原保守说，丰田在中国的产品线还不丰富，尤其是在小型车市场。为此，本届车展一汽丰田和广汽丰田分别推出了同样基于全新紧凑型车型平台的全新卡罗拉和雷凌。“这只是丰田在小型车市场新产品战略的开端。”伊原保守说，未来，丰田还将推出更多适合中国本地化需求甚至是本地化开发的产品，尤其是小型 SUV 和跨界车型。

在中国豪华车市场一直遥遥领先的奥迪品牌，携 TT offroad 全球首发概念车、全新 A3 Sportback e-tron 新能源车以及全系 20 余款创新产品亮相车展。一汽大众汽车有限公司董事、总经理张丕杰表示：“面对未来高档汽车小型化、运动化、环保化、智能化的趋势，一汽大众奥迪始终在寻找最佳解决方案。本次北京车展的奥迪展台，便是最好的说明。这其中，既有对未来交通理念的思考，也有应对新能源车热潮的最佳出行方案，同时更着眼于现实，推出了兼具动感与高效的产品，让用户能够提前预

见未来、体验未来、拥有未来。”

作为曾经的中国汽车市场“创新引领者”，广汽本田在经历了多年蛰伏后再度发力，携刚刚于 4 月 18 日战略新车型先导会发布的都市轿跑型 SUV 缤智、第三代飞度以及新歌诗图等三款战略新车型亮相。广汽本田执行副总经理郁俊表示，通过在研发、制造、技术、渠道、服务等方面强化转型升级，广汽本田 2014 年正处于有史以来的最佳状态。其中，广汽本田汽车研究开发公司的研发基地将于 2014 年底全面建成，它拥有包括概念设计、造型设计、整车试作、实车测试、零部件开发等在内的整车独立开发能力，将帮助广汽本田推出更多更加先进、更具竞争力的“中国专属”产品。此外，通过“e 动未来”计划，广汽本田在销售服务领域对业务、流程、管理方法实施变革，更加注重与客户的互动体验和对营销的数据化精细管理，以响应数字化时代客户对产品和服务的个性化需求。

除了传统的跨国巨头，捷豹路虎、英菲尼迪、讴歌、雷诺等一批即将在中国生产的新品牌，同样引人瞩目。英国顶级豪华汽车制造商捷豹路虎，携一系列重磅产品向观众全方位地展示出捷豹路虎前瞻的设计理念、先锋科技及深厚的品牌内涵，并拉开了其面向未来的新篇章。捷豹路虎大中华区总裁高博先生表示：“捷豹路虎在华的发展已进入可持续增长的新阶段。捷豹路虎还将着眼未来，致力于回馈中国社会，全面实现对中国市场的长期承诺。”

(任民)

广告