

面对“十三五” 汽车业准备好了吗

前不久召开的十八届五中全会提出的“十三五”规划,指明了我国未来一个时期的发展方向。面对国家层面的整体规划,作为支柱产业的中国汽车业,如何作为,尤为重要。面对“十三五”,汽车业准备好了吗?

机遇挑战并存

应该说,对于“十三五”的两大战略目标——“中国制造2025战略”与“全面实现小康社会”,都与中国汽车发展息息相关。“中国制造2025战略”,不仅存在着十年以后中国汽车需要全面发展的课题,同样也存在着进入小康社会以后汽车需求产生质变的问题,这些都是“十三五”期间,汽车产业需要夯实的发展基础。特别是在国内制造全面发展方面,已经准备好了与德国工业4.0、韩国创新3.0的国际化对接。而在制度保障标准落实层面,随着国内制度上创新形成常态,这就更需要国内的汽车法律法规日臻完善,这才是“十三五”所带来的新变化。

对于中国汽车来说,可以说已经出现了全面开花的局面。不仅在市场占有率上,形成了与国际品牌相抗衡的格局,而且也在新技术发展方面,有了喜人的变化。这就使得国内汽车在迈向“中国制造2025战略”的过程中,既要面对着产业升级的态势,也同样需要面临着与国际进一步接轨的问题,用机遇与挑战并存来形容是再准确不过了。

从汽车制造产业升级的角度上看,到“十三五”结束,随着国内汽车制造升级与出口的拉动,使国内汽车的兼并重组上升到一个更新的高度。显然,在“十三五”阶段国内汽车发展,是以技术提升促进汽车产业结构

优化的过程。按照这样的思路发展,到2025年国内汽车的国际竞争力,必然会上几个台阶。

从全面实现小康社会的角度上看,到“十三五”结束之时,国内汽车消费必然呈现出城市与乡村的差异明显缩小的现象。这就使国内汽车市场自然呈现出百花齐放的新格局。而伴随着国内全面进入小康的过程,特别是放开二胎新政策的推出,必然会出现不同的新趋势。在这样的一个明确而艰难的发展方向面前,机遇与挑战并存。

五大课题待解

在“十三五”即将到来之际,汽车业迎来多重考验。

一是对于中国汽车自主品牌来说,“十三五”是转型的攻坚时期,面临的是大浪淘沙式的市场洗礼,只有少数具备核心竞争力的企业才能活下来。逐渐收窄的市场是否意味着要收缩产能?互联网时代的用户需求该如何满足?还能否闯荡变化无常的海外市场……即将到来的“十三五”给自主品牌出了一道难题。

二是在变化中谋求新发展是“十三五”期间车企的工作重点。未来,全球汽车市场增长总体将放缓,找准消费需求将成为企业能否生存的关键。这就要求车企朝为消费者提供全方位产品和服务的综合供应商方向转变,新时期汽车行业的生产制造方式、商业模式等方面将发生重大转变。此外,在“十三五”期间,汽车行业全球采购、全球研发及属地制造将更加明显。继续做好汽车产品本身是汽车企业在“十三五”期间始终坚守的战

略准则,在做好产品的基础上拥抱互联网是应对未来更加激烈的市场竞争的基础。

三是产业变革带来新消费需求,也为汽车行业提供了新的发展方向。发力后市场,健全汽车全产业链竞争体系,创造更多的利润增长点,成为车企“十三五”规划的重点。未来车企业务领域将涉及汽车金融、二手车、电子商务、油品等多个方面;还将加大包括云计算、工业智能化体系在内的网络基础平台的构建;并在后市场展开创新业务布局,打造以用户体验为中心的客户服务。

四是加码新能源汽车,更要走出去。未来5年,我国将继续实施对新能源汽车的补贴政策,并实行普惠制,在全国范围内示范推广。大力发展新能源汽车,理所当然成为车企“十三五”规划的重头戏。

五是“一带一路”战略的实施,为车企扩展海外市场提供了机遇,这也成为“十三五”规划的又一重点。要从全球战略出发,全方位参与国际分工、竞争与合作,提高综合竞争能力。

车企“八仙过海”

上汽 未来5年将新增投入200亿元,投放30款以上全新新能源车型,到2020年,新能源汽车销量将达到60万辆,未来上汽每年至少推出一款新能源汽车,进一步巩固扩大上汽在新能源汽车领域的领先优势。根据规划,2020年,上汽集团自主品牌销量要达到100万辆的目标。

一汽 到2020年,一汽将投放18款自主品牌,完成200万辆的自主品牌销售任务,“十三五”结束时,一汽集团整体销量将

超过400万辆。

东风 “十三五”期间,东风自主品牌销量剑指300万辆,其中自主商用车目标为100万辆,自主乘用车为200万辆。“十三五”期间,东风集团将掌握一些新能源汽车关键技术、核心资源,在总体市场进入发展期的大背景下,东风新能源汽车力争在销量上领先行业。“十三五”期间,东风集团将继续深化与跨国公司合作,在海外的年销量将达到30万辆,海外出口进入行业前三。

长安 到2020年,长安自主品牌将冲击247万辆的目标,并且自主品牌全球排名要达到第12位。其中,2017年要达到198万辆,自主品牌全球排名第15位。长安汽车的“十三五”新能源汽车战略更为全面、清晰。将以智能化为突破口,打造新能源汽车经典产品。“十三五”期间,将积极拓展新业务,完善汽车产业链,主推业务转型升级。

北汽 北汽集团计划到2020年,进入世界汽车行业前12位、世界品牌500强,销量则要实现500万辆,到2020年,北汽新能源将实现年产销40万辆,保持并达到国内纯电动市场第一、全球前四的领先地位。

广汽 到2020年,广汽自主品牌规划目标产能将达到100万辆,此外,广汽本田和广汽丰田将各自冲击100万辆年产销目标。预计广汽集团2020年产销规模将超过300万辆。“十三五”期间,广汽集团计划打造一个全新的、开放的电商平台;广汽集团新成立的广汽资本、广汽租赁已具备股权投资、融资租赁等新功能,将在“十三五”期间继续扩展。(据《新民晚报》)



12月12日下午,一汽-大众周口合荣4S店在店内成功举办岁末团购会,此次活动是一汽-大众品牌联合全网经销商共同开展的大型促销活动。据悉,这次活动用一天的时间有效集客241组,成功销售88台(含订单)。

记者 杨运栋 戚团结 摄



12月12日下午,周口豫众泰4S店在展厅举办了盛大的汽车团购特卖会。图为活动现场。

记者 戚团结 摄

周口明星丰田4S店 举办卡罗拉双擎上市发布会



□记者 杨运栋 戚团结 文/图

本报讯 12月12日下午,周口明星丰田4S店在宏源精品汽车城举办了卡罗拉双擎上市发布会(上图)。此次新车采用混合动力系统,分为先锋版、精英版、豪华版以及旗舰版共计四款车型选择,售价区间为13.98~17.58万元。

据了解,卡罗拉双擎作为一身硬实力的新晋“小鲜肉”,经济实用也是它不容忽视的优点,绝对称得上旅程中对您关怀备至的暖男。油耗仅为4.2升/100km,一箱油跑1000公里合每公里0.25元,这是非常有优势的,要知道这款车并不需要充电,油耗也没有任何水分。用户不需要改变用车习惯,也不需要刻意省油,只要像传统汽油车一样正常使用,就可以做到低油耗。尤其是在城市拥堵路况下,混合动力的优势与传统汽油车相比会更加明显。价格上也是相当亲民,13.98万元起售,这个价格和配置水平与同级别的燃油车基本持平,而且相较于其他品牌,包括自主品牌的混合动力车型价格要低很多。另外,卡罗拉双擎推出5年14万公里厂家基本保修,享受8年或20万公里混合动力蓄电池保修的

无忧保障等政策。这对于大多数普通的家用用户而言,意味着在大部分生命周期内,电池可以得到厂家保修政策的保障,丰田的可靠性向来非常出色,而超长的质保也为消费者加上了双保险。

卡罗拉双擎不仅让您在购买时尊享全方位服务,在保养上也是相当省心。“浅充电、多循环”的技术使得丰田混动系统的电池寿命得以延长,在市区道路行驶一般会使用电池容量的10%~40%,避免了电池遭受深度充放电的使用状况而造成衰减。另外,通过多次数的制动回收动能来让电池在多循环的充放电状态中运行,保证了电池的使用寿命。相比传统汽油车,一汽丰田混动车型多出了一套电驱系统,不过这并不意味着在维修保养上也因此带来额外的费用。卡罗拉双擎发动机无需特别保养,只需和普通的丰田车型一样定期做保养项目就可以了。所以凭借先进的丰田混合动力技术、富有高级感的外观内饰设计以及高功率、低油耗、低排放的性能优势,再加上亲民的产品价格,卡罗拉双擎将打开混合动力车型在国内的新格局,开启一个全新的双擎时代。同等价格,更好配置,让您一“价”到位,后顾之忧!