

“通用会不断在技术、产品方面领先”

对话通用汽车董事长兼首席执行官丹·艾克森



通用汽车董事长兼首席执行官丹·艾克森。

通用汽车董事长兼首席执行官丹·艾克森近日在底特律车展上接受了本报记者的采访，他承认，中国不久前推出的“双反”政策确实对通用汽车在中国的部分产品产生了影响，他表示通用汽车会综合考虑各种因素，来决定是否进一步提高凯迪拉克车型在中国国产的比例。另外他还表示，未来通用汽车会不断在技术、产品方面做到领先，以保持在中国汽车行业的领先地位。

相信小型SUV在中国有好成绩

记者：正如我们之前预期的，2011年通用汽车凭借中国和美国本土市场的良好表现，重新回到了世界销量第一的位置。通用汽车未来如何保持在汽车行业中的领先地位？

艾克森：确实，丰田和大众都是非常有力的竞争者，在我们这个行业里，经常说这句话“所有的竞争起于好的产品”。例如我们推出了凯迪拉克ATS，这是一个紧凑型的车，它的直接竞争对手是BMW 3系，在之前的洛杉矶车展上我们也推出了XTS，这比在中国生产的赛威的尺寸更大一点。因此，从凯迪拉克而言，我们已经有了一个很好的产品线，同时我们也有SRX，整个形势是非常好的。从别克而

言，去年别克在中国的销售已经超过了美国，所以是一个很好的态势，之后，我们也会推出Encore这个小型的SUV。我们相信这个小型的SUV，可以在美国市场和海外市场做出非常好的销售成绩。从雪佛兰品牌来看，我们有Sonic、科鲁兹、迈锐宝，科鲁兹截至目前的销量在全球已经超过100万辆。作为通用而言，我们会不断地在技术、产品方面做到领先，提升我们的竞争力。在这里，我们要强调的是我们不仅在市场上要做大，要做到排名第一，我们更加强调的是好的产品。

为中国设计自己的产品

记者：中国市场在2011年某几个月份出现了负增长的情况，你会不会对这种情况比较担心？

艾克森：确实是，在这个职位上，我需要为所有市场的销量有一些担心。中国是和美国一样巨大的市场，我会关心巴西、美国、中国这些很重要的市场。可是我需要强调的是，我一直会坚持这样的策略，就是我们在中国销售，我们为中国设计自己的产品，然后我们会在中国生产自己的产品。市场总是会有好的时候，也有不好的时候。去年中国政府为了控制通胀提出了一些我觉得是比较明智的举措。这些举措也许会在短期内对我们的销量有影响，但对整个大局而言，是一个很好的事情，所以我认为我们是支持的。最重要的是，在任何一个市场，产品依然是非常重要的事情。我们会做所有的努力，来提高产品的质量、设计、技术，来创造出最适合中国消费者的最好的产品。

记者：中国商务部前一段时间出了一个“双反”政策，这对凯迪拉克在中国的发展会有很大的影响。在这样的情况下，凯迪拉克有没有进一步国产的规划？

艾克森：凯迪拉克在这次中国商务部提出的提高关税政策中，确实有部分的产品受到了影响，也有一些其他从美国出口的产品受到了影响，这方面确实是我们考虑是否在国内提高国产化的因素之一。可是这也不过是其中一个因素，我们还会综合考虑其他很多的因素。确实，在中国我们的雪佛兰品牌和别克品牌已经做到了很好的市场领先地位，我们希望凯迪拉克在将来也取得相同的效果。

本报记者 谢涛 底特律摄影报道

对话宝马中国汽车贸易有限公司总裁许智俊

“中国消费者有很强的升级欲望”



宝马中国汽车贸易有限公司总裁许智俊。

上周，宝马中国汽车贸易有限公司总裁许智俊宣布了2011年业绩。宝马集团去年在中国销售汽车232586辆（包括宝马和MINI品牌），同比增长37.6%。其中，宝马品牌销售217068辆，同比增长37%。中国保持了宝马全球第三大市场的位置。这其中，7系销售33500辆，增长26.2%；X系列产品总销量达46042辆，同比增长27.8%；5系表现最为抢眼，总销量达70850辆，同比增长68.4%；3系共销售46871辆，增长34%。另外，MINI品牌自2010年销量首次过万以后，2011年增长了47.7%，达15518辆。

记者：去年20多万辆的销量里，国产和进口所占的

比例是多少？

许智俊：进口车是138186辆，国产车为94400辆，分别增长19.9%和75.8%。

记者：今年新产品除了即将要上市的X1和下半年全新3系，还有其他产品吗？

许智俊：进口车方面还有6系四门轿跑。

记者：在新能源方面，今年会有什么举措？

许智俊：我们的“高效动力”策略，目前已经制定了短期、中期、长期的策略。短期策略以比较轻的取代性材质，减轻车的重量，提高发动机的效率。当时我们自己定了一个工程技术的挑战：每一代发动机我们都要增加5%的动力，减少15%的油

耗。表面看这是相互抵触的两个指标，是一个很大的技术挑战。我们主张，在降低排放的同时，确保宝马的驾驶乐趣。

记者：你如何看待今年中国的豪华车市场？

许智俊：以2012年来讲，我们相信豪华轿车细分市场会有30%左右的增长，轿车市场大概5%到10%。首先，有一个很关键的是，我们看到中国的消费者有非常强的升级欲望；同时，目前中国豪华细分市场占乘用车总体份额的7%到8%左右，它的增长空间跟其他欧美等成熟国家相比还很大。大概估算的比例是，豪华车占比在发达国家中达到15%，德国大约是22%。 本报记者 梁静晶

上汽年销量破400万

本报讯（记者魏学珍）虽然汽车市场去年增速趋缓增幅不足3%，但国内最大的汽车集团上汽却依然高歌猛进，并成为国内首个销量达400万辆的汽车集团，去年全年整车销量实现401万辆，实现同比增长11.9%，远超全国平均增幅。

这是继2005年产销跨越100万辆规模、2009年产销跨越200万辆规模、和

2010年产销跨越300万辆规模后，上汽近年来的销量大跃进。上汽表示，为了保证销量稳步增长，上汽去年进行了产品结构调整、下沉营销渠道、加快自主创新能力建设等举措。据悉，目前上汽通用汽车金融公司业务覆盖全国246个城市。在调整销售渠道布局后，上汽的网络渠道已经“下沉”至三、四线城市。

雷克萨斯计划今年销量增长56%

本报讯（记者谢涛）雷克萨斯中国18日宣布，雷克萨斯携手全国81家经销商，在2011年共完成5.6万辆新车交付量。该品牌计划于2012年实现50%以上的同比增长，达到8.8万辆，计划增幅达到56.3%。

去年同期召开的经销商商会上，雷克萨斯制定了2011年在中国实现6.3万辆的销售目标。但去年3月发生的日本大地震却打乱了雷克萨斯的步伐。另外，受政策和经济环境影响，去年乘用车市场增速明显放缓，全年同比增长率降至一位数，远低于2010年的

35%。高档车市场虽然保持了较高的增长，但相比2010年也有明显下降。

虽然引入了全新的紧凑型混合动力车CT200h和其他改款车型，并大力推广购车金融方案，雷克萨斯仍未完成当初制定的目标，实际销量基本与2010年持平。

据了解，今年制定的8.8万辆销售目标高于此前雷克萨斯的预期，该品牌曾在2010年实现了55%的同比增长。雷克萨斯中国表示，进入全新发展期，“改变”成为雷克萨斯在中国市场成长和前进的关键词。

现代汽车推出史上最强大“至尊保障服务”

事故损车一年内更换新车

本报讯（记者朱艳莹）近日，现代汽车（中国）整车销售本部于北京召开新闻发布会，针对旗下两款高端进口车雅科仕和劳恩斯发布了为中国市场量身定制的“现代至尊保障服务”，提供了一年内发生交通事故为车主更换新

车等十分给力的售后保障。现代汽车宣布，对于2012年1月1日至12月31日购买的雅科仕/劳恩斯车辆提出了1年内新车更换服务，具体实施的条件也很简单，在客户购车的1年内，客户在驾驶过程中由于对方的

主要过失（对方过失超过50%）导致车辆与车辆之间发生交通事故，维修费用达到车辆购置价的30%以上，并在事故发生后的60日内要求更换新车的，现代汽车将为其更换新车。

在常规车辆养护方面，

现代汽车为雅科仕提供60个月不限公里的保修，以及20次免费保养；劳恩斯则可以享受到5年/10万公里保修，以及10次免费保养；除此之外，现代汽车还为雅科仕、劳恩斯车主配备了专属保养师及咨询师。