丰田今年在华销量要超过100万辆。

丰田混动车将批量国产

发布“三步走”战略，未来新能源车占丰田整体销量20%

本报讯 （记者梁静晶） 上周四，丰田汽车（中国）投资有限公司宣布在华启动“云动计划”。该计划的核心是“三步走”战略，第一步是今年销量超过100万辆，第二步是2015年销量达到160万到180万辆，搭载国产混合动力总成的车批量化国产；第三步是实现新能源车占丰田整体销量的20%。

此外，丰田（中国）执行副总经理董长征透露，北京车展上将发布一款全新概念车，搭载将由常熟研发中心设计研发的混合动力总成。

董长征表示，目前，位于常熟的研发中心已经开工，主管技术的高管山科忠专务已从今年2月份开始在丰田汽车研发中心（中国）有限公司办公。今后，常熟研发中心将开展电池、电机、可变电压控制系统等混合动力核心组件的国产化工作，实现本地化采购以及本地人才参与研发与管理。

据介绍，丰田的新能源技术路线是，利用混合动力与外插充电式混合动力、纯电动车在电机、电池、电能控制等方面拥有共同的核心基础技术这一特点，由混合动力嫁接发展成为外插充电式混合动力和纯电动汽车。新一代混合动力系统与传统技术相比，油耗最高可减少40%以上，同时动力性能相当于把发动机的排量提升了30%以上。目前，丰田在全球已拥有超过360万名混合动力车主。

同时，“云动计划”内容还包括，从今年起丰田的混合动力车型将参赛勒芒24小时耐力赛。另外，福祉车也是该计划的一项内容。

天籁产销目标下调

为明年换代“保价”护航

本报讯 （记者梁静晶） 上周，记者从经销商处获悉，今年，东风日产在天籁进入其产品周期末年时下调了三成的产销目标，旨在一定程度上稳住价格，为明年换代新车“保价”护航。

“今年要让商家获利”

在中高级车价格战愈趋激烈的市场环境下，东风日产提出了“天籁保卫战”的战略口号。在如此艰险的条件下，需要撑到明年才迎来换代的天籁不容乐观。

不久前，天籁在各经销商处推出了一款“智享”版车型，实际上是在原有车款基础上加装3G多媒体导航系统，借此把价位上调两万元，从而把去年4万元巨幅让利下曾跌入18万元以内的天籁拉回到20万元左右。“这是为明年换代新车上市做准备，老款价格太低的话，推换代车型时消费者很难接受新老款的差价”。一位东风日产经销商分析认为。

记者从北京大区相关负责人处获悉，今年将重点平衡好天籁在市场中的价格和厂家冲量任务之间的关系。几位经销商普遍反映，今年调任北区营销部总监葆旭东给他们传达的思想是“今年一定要让经销商获利”。

为去年冲量过猛埋单

据了解，去年，北京市场东风日产品牌的市场占有率高达10.5%。然而，厂家欢呼的同时，北京经销商普遍比较落寞。“过去两年，东风日产冲量过猛导致经销商之间颇有微词，去年单从销量核算北京22家经销商几乎都是亏损状态。”一位经销商表示。

据经销商透露，去年东风日产北京经销商曾由于各家拼命砸价而在圈子里掀起了一场小风波。东风日产的经销商结构主要由几个大集团构成：华盛昌两家、东风南方（厂家控股集团）3家、汇京集团3家、庞大两家、背靠国企的中汽雷日、有路虎输血的惠通集团日产店，以及剩余的福源、海润嘉、浩洋正业和森华佳运等散店。显然，为冲量砸价格首当其冲是“散户”，集团店、老店以及有国企背景的经销商还能勉强撑着。

“今年适逢北区营销部成立，新的领导班子上马后为了稳住商家信心，在控制无序价格战方面应该会有所作为。”有经销商表示。

责编 李永斌 图编 李冬 美编 叶绿 责校 刘苏