

B16 车展访谈录

“斯柯达进口车将落地”

对话大众汽车集团(中国)执行副总裁苏伟铭

一季度中国汽车销售同比增长5%左右,虽然大众汽车集团在华销售增长率为15.6%,但包括进口车业务在内的诸多业务都感受到了压力,为此大众在公司架构、人事等多方面做出了调整。大众汽车集团(中国)执行副总裁苏伟铭介绍,斯柯达进口车谈判已经完成,年内借大众进口车经销商平台落地中国,建成独立于上海大众斯柯达之外的进口车网络。

记者:如何评价一季度大众市场表现?

苏伟铭:今年一季度的全球市场销量在6600万辆左右,比去年6200万基本上增加6.8%,其中西欧降了3%,东欧增加了5%,北美增加了超过8%,南美也在增加,大概为5%。中国加上东南亚增长率是12%,接近13%。这是好消息。

记者:今年进口车整合的力度加大了,后面3个季度会有什么进展?

苏伟铭:过去几个月的运转还是很成功的。首先我们用了大众汽车进口车的平台,在这个平台上我们继续地扩大。以宾利为例,我们与原来进口商——香港大昌行达成了一致,我们现在一步一步地开始从大昌行这边把管理过渡过来,管理做好了之后我们还要把流程做好,还要培训,所以这个交接至少六个月到

两年的时间;斯柯达进口车会在大众集团里面;保时捷分成两块,一块是保时捷集团,百分之百纳入大众汽车集团。在保时捷整车这块,我们目前跟他们的合作手续还没完成,所以我们还是属于大股东,但是还需要一定的时间。我们目前没有对保时捷进口车有任何的计划。

记者:一季度大众中国集中调整了8位高管,基本上都是来自于营销方面,这是不是意味着以后集团,包括公司在营销方面有什么样的变化?

苏伟铭:8位高管整合是我计划了将近一年的时间,理由很简单,现在直接向我汇报的高管基本上已经超过30人,人数过多。由于规模的增长,有更多的部门要计划出来。

记者:大众汽车和一汽续签了25年的协议,请问在下一轮合作中,一汽大众双方的合作会有什么更深层次的意义吗?

苏伟铭:前二十年的战略和接下来二十五年的战略情况不太一样,大家的侧重点不一样。当时我们刚刚来中国的时候,对德国企业来讲我们参与的并不是太多,所以那个时候我们合作的角度和观点,和将来25年的观点相比,会有一些不同和调整,因为环境不一样了。

新京报记者 崔卓佳



雷诺日产CEO卡洛斯·戈恩

“电动汽车是雷诺进入中国的重要资本”

对话雷诺日产联盟CEO卡洛斯·戈恩

雷诺日产联盟CEO卡洛斯·戈恩应该是近两年来华次数最多的车企大佬,当丰田开始觉悟“中国市场最重要,没有之一”时,日产已经利用中国车市的黄金3年(2008至2010年)占据在华7.4%的市场份额。他认为中国市场的容量依旧不可小觑,车展前一天,日产首次官方宣布英菲尼迪将于2014年国产。另一边,戈恩为把雷诺拉入局,承诺未来效仿启辰模式,成立合资自主品牌投产中国政府明确鼓励的电动汽车,“电动汽车是雷诺能够进入中国的重要资本”。

记者:中国政府公布了新能源产业规划,日产在武汉试运行的电动汽车项目未来如何规划?

戈恩:日产电动技术会在启辰这个新品牌下生产和销售。雷诺有自己的电动汽车,不仅是其重要的资产,更是它进入中国市场重要的资本。

记者:日产在中国生产的车有没有出口计划?

戈恩:在2016年之前中期计划里没有。

记者:从去年开始中国汽车销售增速在放缓,你如何看待?

戈恩:中国人口数量庞大,北京汽车保有量比较高,但其他地方相对较低。所以,这样的差异因素会成为我们业务的增长点。目前,我们正在中国逐步扩大销量,从125万辆扩张到200万辆。我们正在进行扩充产能的项目谈判,2016年能够实施。我不认为现在有产能过剩的现象,而是增长还没有终止,相反目前的现象表明,这是中国市场第一个阶段的发展,这个发展趋势还会持续下去。

记者:今年大众表示会针对新兴市场建品牌造低价车,日产也在新兴市场重启了老品牌DATSUN(达特桑),低价品牌的市场是否会成为车企新一轮争夺市场的机会点?

戈恩:当然了,新兴市场超低价销量占到汽车总量的40%,比如说俄罗斯为50%,印度是40%,巴西相对较低的品牌占据了35%到40%的市场,而在低端市场上日产居然没有产品,这是不行的。做低端汽车也是不容易的,其实可以说从技术上讲,生产低端车比生产豪华车更困难一些。

新京报记者 梁静晶

责编 何立军 图编 李冬 美编 叶绿 责校 李铭

思铭CIIMO激情登场 售价11.18万-11.98万元

2012年4月22日,东风本田汽车有限公司(以下简称东风Honda)全新中级车——思铭CIIMO在北京正式发布,全系分1.8L MT和AT两个型号,售价11.18万-11.98万元。

思铭CIIMO是基于思域平台打造的首款自主研发车型,继承了东风Honda旗下车型外观时尚、大空间、高动力低油耗等产品优势,是综合考虑中国市场的适应性、均衡性作出调整的一款入门中级车。思铭CIIMO的上市,填补了第九代CIVIC取消Lxi车型后留下的市场空间,将助力东风Honda进一步强化中级车市场布局,同时也揭开了东风Honda平台战略的序幕。

首款自主研发车型 延续思域平台的核心优势

作为东风Honda首款自主研发车型,思铭CIIMO在外形、内饰、空间、动力、安全等方面

延续了思域平台的经典元素,并继承了东风Honda一贯的高品质保证,在同级车中凸显高性价比优势。

在外观设计上,思铭CIIMO秉承空气动力学设计理念,精致镀铬设计的前格栅与透射式前大灯自然衔接,并通过富有层次感的双腰线设计,使整体车身更加动感流畅。在内饰设计上,经典的多层次仪表盘、运动感十足的中控台,加之精致的面板和温馨的内饰材质,营造出一个多功能感性驾驶舱。

舒适性方面,思铭CIIMO整车长度为4545mm,宽度为1755mm,高度为1450mm,轴距达到了2.7m,带来了充足的乘坐空间;带后背自我调节功能的人体工学设计的座椅,使乘坐舒适性大幅提升。一体式可倒后排座椅以及丰富的储物空间,大大提升了车内空间的使用效率。

在动力性能上,思铭CIIMO搭载了1.8L i-VTEC发动机,百公里综合油耗仅为6.9L,延续了思域平台“1.5L油耗、1.8L排量、2.0L动力”的核心优势。

安全方面,思铭CIIMO在ACE车身骨架的基础上,还配备了带EBD的ABS、主动式安全头枕等配置,实现了对驾乘人员的全方位防护。

借思铭CIIMO上市契机 东风Honda力推平台战略

经过多年发展,东风Honda已实现累积销量突破百万辆,积累了较为丰富的制造、采购、营销经验,并已初步完成渠道布局和建设。随着各方面因素的逐步成熟,东风Honda为适应企业中期事业规划,正式从“引进既有车型”阶段跨入“引进与开发并行”阶段。思铭CIIMO正是基于这样的转变而诞生,它既是东风Honda对消费者新

需求的回答、对市场新趋势的顺应,同时也满足了中国发展自主车型的国策。因此,思铭CIIMO的诞生不仅意味着一款新车型的推出,更是东风Honda新思维、企业新发展的体现。

思铭CIIMO继承了思域平台的优秀技术并针对中国市场的需求作出改进,可以说是东风Honda平台战略走出的第一步。东风Honda未来将重点建设思域和CR-V两大战略平台,由这两大平台逐渐衍生充实产品线,为消费者创造出更多符合他们需求的高品质车型,实现更大的产销目标。

此外,强化研发能力是东风Honda今后另一个重点课题。东风Honda在2009年成立了研究所,目前正处于起步阶段,而思铭CIIMO的上市宣告了东风Honda自主研发计划迈出关键一步。随着未来研发投入的不断增加,东风Honda将在研发能力上实现新的突破。

广告

真金回馈 成就经典



品质成就经典,价值更卓越。47年国际品质,600万台畅销全球!福特经典全顺新春优惠再升级,购车立享25000元优惠。现在品鉴,即刻拥有,经典全顺,行家之选。

承载梦想 福全特聘
www.mymj.com.cn

优惠提升至
25000元

购车有礼,“金”喜百分百

福特全顺喜砸“金蛋”,最高5000元现金等你赢取,100%赢大奖!(以经销商当地政策为准)



咨询服务电话:8008691099 4008801099 网址:www.mymj.com.cn

北京昌海福江 北京市朝阳区四季青常润路3号西郊机场东 400-081-6282/010-88438282
北京京铃顺 朝阳区金盏乡朝政汽车检测院内 400-660-6116/010-84334416
北京福铃 丰台区花乡桥南1500米郭公庄村608号北院 010-63790657/83704165

密云排山 13911839038 北京奔宇福 13601147005
大客户专线 010-84334086 大客户专线 13552093465
十里河华富 010-67486069 鹏奥汽车城 13520975752

亚运村汽车市场 010-61760396 北方汽车市场 010-83832373
顺义空港分公司 010-69472509 回龙观欧德宝市场 15910254166
亚运村汽车市场 13521082207