起飞

菲亚特菲翔上市

成立三年之久的广汽菲亚特终于在上周推出了旗下首款国产车型——菲亚特菲翔，配备1.4T涡轮增压发动机的6款车型售价区间为10.88万-15.88万元。广汽菲亚特希望其今年能够实现月销5000辆。

B12·新车

B13·新车

启辰R50上市

B14·对话

卢敏捷：奥迪的内涵是进取

B15·对话

郑洁：克莱斯勒坚持进口高端路线

将来

一汽大众新宝来下线

一汽大众新宝来中期改款于上周在长春下线，预计年底正式上市。新车在动力和平台技术上暂无大的变化，不过车身和内外饰都进行了重大改进。改款新宝来的下线也标志着一汽大众2012年实现车身自主开发的目标正式实现。

B11·新车

■ 一周谈

合资自主带来了什么

相继举行的天津汽车产业国际论坛与成都全球汽车论坛均聚焦自主创新，而启辰R50恰逢此时低价上市，三者“合力”将合资自主品牌（以下简称合资自主）推到了风口浪尖。目前，对合资自主的争论较多，话题主要集中在其凭借合资品牌背景，在品牌影响力、成本控制、销售渠道等方面具有相对优势，而车型本身多是老款车换个造型、品牌的产物，和创新相去甚远，同时又挤压了自主品牌的生存空间。

不可否认，合资自主走了捷径，企业不用花费巨资去搞研发，渠道开拓可以依托合资品牌，品牌形象享受了合资品牌的溢价，零部件采购具有规模优势，在价格方面自然就足够亲民。在合资自主主攻的10万元以下市场，价格还是购买的主导因素，启辰R50最低不到7万元的售价的确让自主品牌很受伤。乘联会统计显示，8月份，启辰D50销售3378辆，同为合资自主的名驭销售1098辆，理念S1销售1702辆，思铭1435辆，作为“老车”能有上述销量虽说不上可喜可贺，但还是可以接受的，毕竟都还处于新品牌开拓期。

反观自主品牌，其乘用车前7个月销售同比增长1.2%，低于乘用车总体6.4%的增速，市场占有率为40.8%，同比下降2.6%。可以看出，自主品牌目前活得很艰难，如果合资自主渐成气候，按现状推断，自主品牌将越发艰难。

当然，合资自主带来压力的同时，在成本控制等方面给自主品牌树立了榜样。虽说合资自主有规模采购等优势，可以削减成本，但其如何控制成本与质量还是值得自主品牌学习的。据介绍，启辰在品牌创立之初就让零部件供应商参与到研发和制造中来，双方的诉求和底线可以很好地结合。这虽说是很微观的一个细节，但可以给自主品牌车企提供一个思路。自主品牌车型问题较多，但质量和可靠性方面是被诟病最多的，采购价格在其中有决定性的作用。其实，这就是成本和质量平衡的问题，合资自主如何平衡两者关系、采取了哪些方法、零部件商如何筛选、如何保持一贯性等对部分自主品牌车企来说都是值得学习的。

品牌方面，前段时间有报道称，一些东风本田经销店将思铭的LOGO换成了思域的，这反映出消费者对合资品牌的认可与青睐。戴着合资品牌光环的合资自主尚且如此，自主品牌的境况可想而知。提高品牌亲和力、影响力和认可度是自主品牌的当务之急，但没有经验可循；而合资车企要发展合资自主必须要提高其品牌含金量，如何在中国这个市场环境下发展中低端品牌，对合资车企也是个全新课题，而其在不同市场的发展经验会助其一臂之力，这点是自主品牌无法企及的。也正是这点，自主品牌可以照猫画虎，不一定照搬照抄，但怎么也要学上几招，百利而无一害。

合资自主取得初步成功的同时，我们可以看到，有的厂家很用心，销量上取得了不错效果；有的厂家敷衍了事，市场效果一般。这同样也在警醒自主品牌们，无论是对于一个品牌、一款车，还是一项设计，都要用心去做。力帆董事长尹明善曾表示，“做汽车是一场马拉松，不是靠小聪明谋求发展，长久之计是靠体系的建立健全，从而推动品牌成长”。

关于合资自主的争论还将继续，但合资自主已经成为事实，自主品牌只能勇敢面对，抱怨无济于事。

□何立军

责编 魏希宁 图编 李冬 美编 叶绿 责校 赵琳