

微博论车

@钟师:雪藏6年之久的汽车“三包”草案又被从箱底倒腾出来了。好事者不禁要问为了对汽车消费者保护有利的事情就像怀上了不下崽呢?凡是都讲远近亲疏,消费者离管事的部门距离近还是国企离部门近?所以部门要先hold住车企,其次才是消费者,说到底消费者就是一个出钱的主,冤大头一个,拿钱换车后就走人,别再提什么“额外”的条件。那为何怀了6年突然阵痛了呢?内部消息说是更高层下了硬指令,质检总局必须年内完成汽车“三包”法规正式出台!!

@贾新光:斯巴鲁仅仅是日本二流品牌,全球年销量不过60多万辆,我们的奇瑞去年销量已经接近70万辆,在国外的销量也很可观,所以与夕阳西下的斯巴鲁相比,奇瑞是蒸蒸日上。现在一谈合资,仿佛就是我们有所求于外资企业,实际上斯巴鲁如果不能在中国生产,这个企业基本上就死定了。奇瑞应该再大胆一些,把斯巴鲁收购得了。斯巴鲁的价值绝对比不上沃尔沃,因此也就20亿人民币买下的事,对奇瑞来说不是什么困难的事。

@崔东树:节能车鼓励政策不仅应该鼓励相对节能减排,也要鼓励绝对的节能减排。也就是不仅应该对达到相应排量标准的车型给予补贴,同时也应该对绝对低油耗的车型予以鼓励,这样才能实现节能减排的效果最大化。



创新是汽车品牌发展灵魂



快嘴评车

在今年成都车展上,东道主川汽野马在车展上大出风头,原因是其展示的F16、T-SUV、E-SUV依次与奥迪A4旅行版、大众途观、英菲尼迪EX极为相似在业内引起争议。一览国内车市,不少厂商近几年依旧在通过模仿成熟的造型以博得眼球,例如华泰的“宾利”、“卡宴”,北汽的“揽胜”等,但是此次川汽野马如此

大张旗鼓地推出“山寨”新车,让不少车迷“大跌眼镜”。

的确,中国的汽车工业起步晚、底子薄,在成立之初,模仿、照搬国外先进汽车理念甚至是外形都是一个必经的阶段。就像一个新生儿一样,只有先学会爬行、学步才能学会生存、适应社会。日本和韩国的汽车品牌也是先后经过模仿、学习、创新三个阶段,在国内打开市场,继而走向世界,成为在汽车领域产生重要影响的一个流派。

从中国汽车产业发展的历史来看,真正的学习和创新也

还谈不上,即使是一批做了二十多年的汽车生产企业也只是沦为国际汽车巨头的代工厂。就目前来看,国内部分车企特别是自主品牌开发能力缺失造成他们只能局限于“依样画葫芦”式的简单模仿,既谈不上在模仿过程中的学习和经验积累,更谈不上在模仿基础上进行创造性地发展,仅仅用鲜亮的外表来获得消费者的青睐,如同作茧自缚。

韩国现代汽车可以为中国汽车企业做出了很好的表率。其实韩国汽车工业也是起步于引进和模仿国外车型,但是韩

国现代并没有因为有了引进车型而停止自主开发,而是在模仿的基础上通过自主开发不断地提升自身的产品开发能力,即“仿”“学”结合,“仿”“创”结合,最终走出了一条自主开发的道路。

中国的汽车工业目前整体上还处于初创起步的阶段,在这个阶段由于主客观的原因而以“仿”代“创”虽有情有可原,但若想要“仿”而“有成”,千万不可一“仿”成瘾,忘记了做汽车的根本还在于自身产品设计开发能力和自主品牌的培养。

(专刊记者 邵明习)

政策断了奶方知天高地厚



翰語

今年以来,随着市场份额的节节下滑,自主品牌的命运引发了广泛担忧。本次成都车展,恰逢自主品牌市场份额创下近年新低,这种担忧情绪达到了高潮。

业界人士在关注豪华品牌在车展上的大手笔以及合资品牌接二连三的新车时,亦开始对自主品牌有了更多关注。车展上,但凡遇到自主品牌车企高层,媒体很乐于追问自主品牌的

出路;无论有没有答案,高管们都必须硬着头皮回答,以此传递更多信心。可惜的是,记者在成都车展现场看到,对于自主品牌前途的担忧仅限于行业内,最重要的环节——消费者对自主品牌的产品似乎仍没有多少兴趣。

在成都车展上,人气最旺的依旧是豪华品牌展台,每场发布会总是引来大批人观望,展台被挤得水泄不通;次之是合资品牌展台,一些强势品牌如大众、别克等亦能吸引不少人。最寒碜的当数自主品牌了,尽管在很多展馆,自主品牌与合资品牌、豪华品牌同台竞技,但依然鲜有人去关注它们,完全是冰火两重天。

自主品牌经过多年打拼,2010年好不容易抢到了45.60%的市场份额,进入2011年迅速下滑至36.13%的新低,这种下滑速度的确惊人。究其原因,主要在于过去两年我国实施的购置税优惠政策,提前透支了一部分消费需求,自主品牌成为最大受益者;今年当政策全面退出,自主品牌迅速被“打回了原形”。

更值得关注的是,过去两年市场份额的增长,并没有推动其品牌形象的提升;反而因为产品远远供不应求,自主品牌加班加点生产,品质被有意无意忽视,品牌形象反而减分了。

现在,甚至是未来很长一段

时间,自主品牌都不得不吞咽过去依靠低质低价抢占市场的苦果。可以断定,未来我国不会再出台诸如购置税减半这样大力度的汽车消费鼓励政策了,业界呼吁多年的鼓励自主品牌的提议,多年来亦没有真正落地。自主品牌已经很难指望依靠外力来推动发展,他们未来的命运必须完全靠自己把握。因此,如何赢得消费者关注非常重要。一些自主品牌高管说,现在的被动局面完全是因为过去的低质低价路线造成的,但至今并没有几家自主车企真正摆脱了这一路线。

(专刊记者 王文卿)

要鱼，兼得熊掌！
明锐1.4T实现高效节油与强劲动力完美组合

SKODA
SIMPLY CLEVER
专于智 慧于行

● TSI涡轮增压发动机 ● 7速DSG双离合变速箱 ● 全新时尚质感灰色内饰

“小排量，大作为”！明锐1.4T沿袭锐系高品质造车精髓，配备目前国际顶尖TSI发动机，以低油耗完美释放1系产品运动天性，真正实现“要鱼，兼得熊掌”的王者风范！

上海大众有极在法律法规允许的范围内作出相应解释和调整，若用户对此有任何疑问请及时拨打400 820 1111电话予以咨询，斯柯达品牌官方网站http://www.skoda.com.cn

SKODA 斯柯达
上海大众汽车
SHANGHAI VOLKSWAGEN

佳地集团临沂佳利汽车销售服务有限公司上海大众斯柯达4S店
地址：临沂市蒙山大道121号(原临沂西五路水果市场对过)
销售热线：5336889 售后服务热线：5336900 救援热线：5336890/24小时

国庆七天乐，华泰汽车促销让利风暴，指定车型降价25000元

华泰 圣达菲
厚/光/天/造 融/铸/心

祝贺华泰汽车全系车型荣获公安部警用采购
政府公务用车采购首选车辆

9.98万
韩系经典SUV开回家



华泰汽车
HAWTAI MOTOR

临沂海雅特贸易有限公司
(华泰汽车4S店)
销售热线：0539-5635888
24h服务电话：0539-5635808
地址：临沂市罗庄区沂河路203号

二、三级经销商：
沂水泰来汽车 1336599089 沂南天润汽车 13365991735
苍山华昌汽车 0539-5987111 蒙阴顺泰汽车 13365931900
沂南华泰汽车 0539-7932888