福特推五款电动车

本报综合消息 据海外媒体报道，福特汽车和微软公司达成合作协议，共同为美国福特汽车的拥有者免费提供在线软件服务，以帮助福特插件式电动车的客户在电动车充电时更好地使用家庭电力系统。

在纽约国际车展上，微软和福特汽车联合宣布，Microsoft Hohm 作为一款为增强公用事业客户体验和提供有关住宅能源使用供需的更深见解而开发的一种在线应用，将会免费提供给福特汽车用户。

与此同时，福特宣布将会在 2013 年之前扩充其电动车家族，推出 5 款新型电动车。今年年底，福特将推出 Transit Connect Electric 作为首批发布的新型电动车。

福特汽车公司首席执行官艾伦.穆拉利(Alan Mulally) 表示，福特新型的电动车的目标是“切实可用的，并且定价合理，最关键的是能够与公用电力系统很好地配合起来”，为用户减少麻烦、节省开支。

超半数车主强烈支持

酒驾一次扣 12 分

本报综合消息 4 月 1 日，公安部新修订的《机动车驾驶证申领和使用规定》(公安部令第 111 号，以下简称 111 号令)正式实施，111 号令最受车主关注的变化就是对酒后驾驶等严重交通违法行为的处罚力度进一步加大，从 4 月 1 日开始，司机出现酒后驾驶行为将一次扣满 12 分，那么在广大车主看来这个规定是否过于严苛了呢？上周本报对此进行了调查，结果显示，多数车主支持这个新规定，认为只有严格执法才能从根本上抑制酒后驾驶行为。

在调查中，有 50.2%的车主表示强烈支持“酒后驾驶一次扣满 12 分”这项新规定，认为只有这样才能从根本上抑制酒后驾驶行为，比例相当高，另外还有 13.0%的车主也表示非常支持这项新规定，但担心新规定能否执行到位。相比之下，只有不到一成的车主 (8.8%) 表示反对这项新规定，认为新规定过分严格，没有给车主留下补过的余地。这个结果也说明了，多数车主朋友对这项新规定是持支持态度的，而能否严格执行，则是车主对这项新规定实施效果的最大担忧。

一次就扣满 12 分真的能杜绝酒后驾驶行为吗？交警能够严格执行这项新规定吗？这两个问题显然是新规定颁布后车主的两个最大疑问，调查结果显示，超过八成的车主 (81.9%) 认为新规定“会减少酒后驾车现象，但很难杜绝这种现象”，占据绝对多数。另外分别有 9.9%和 8.2%的车主则表示新规定“能杜绝酒后驾驶行为”和“新规定对酒后驾驶行为不会有明显影响”，比例均不高且非常接近，这也说明，车主对新规定的执行效果还是持乐观态度。

吉利并购沃尔沃的冲击、政府采购公务用车新标准的呼之欲出、新能源战略的旋风……一切迹象似乎都在表明，以往那个“奥迪一家独大、合资品牌占据大部分市场份额、自主品牌逡巡门外”的汽车政府采购市场将迎来变革。

汽车政府采购市场或将变局

自主品牌抬头？

高端公务车市场格局将改写

3 月 28 日，吉利集团以 18 亿美元收购瑞典沃尔沃轿车 100%的股权以及包括知识产权在内的相关资产，这引起了业界的一片热议，其中最引人关注的就是民营企业吉利如何才能让沃尔沃这只近几年一直在亏损的“大象”迅速盈利。

对此，吉利集团董事长李书福表示，中国政府采购市场将成为沃尔沃成功的关键市场。李书福说，吉利将效仿奥迪的运营模式经营沃尔沃。此前他就表态吉利要积极开拓政府采购市场。而奥迪在国内之所以有今天的业绩，与它的“官车”形象密切相关。可见，政府采购将是吉利收购沃尔沃后全力争取的第一个市场。

与其他竞争对手相比，政府采购市场是沃尔沃汽车的最大短板。在政府采购市场，高端公务车市场基本是奥迪一枝独秀，之后随着宝马、奔驰的合资，以及新皇冠的归来，其他品牌都在通过各种途径扩大在政府采购市场的影响和销量，而沃尔沃的表现却差强人意。

不过，沃尔沃要想获得新生，中国政府采购市场不容也不应该被忽视。在原辽宁省机械厅副厅长甄星耀看来，沃尔沃要在中国高端轿车市场重塑辉煌，打开政府采购市场是最有效的一种手段，奥迪今天在中国的成就就是源于政府采购市场。奥迪的品牌影响力在国际上并不如奔驰和宝马，在中国市场上奔驰和宝马的销量被奥迪远远甩在后面就是因为政府采购市场成就了今天的奥迪。

现在，吉利的收购为沃尔沃进军公务车市场创造了非常有利的条件。汽车行业资深专家贾新光表示，由于目前中国政府对于自主品牌汽车在政府采购中所占的比例会有一定要求，而通过并购，沃尔沃将变成最高端的自主品牌，很可能会在政府采购的市场中有所作为，甚至今后会超过奥迪等国外豪华品牌成为新一代的官车。

“吉利沃尔沃如果被认定为自主品牌，必然会对高端公务车市场带来极大的冲击。”甄星耀也认为，“短期内可能影响不是很大，但从长远来看，极有可能改变高端公务车市场的格局。”

自主品牌突破政府采购“玻璃门”

除了吉利并购沃尔沃将给高端公务车市场带来冲击外，新的公务车采购标准修订方案也将深刻影响中端和普通公务车市场。

今年两会结束后，在业内流传已久的新公务车采购标准修订方案正逐渐地浮出水面。根据已有信息显示，新的《党政机关公务用车配备更新管理办法》将明确规定：除了自主品牌采购比例不低于 50%外，采购标准亦大幅降低——正部级官员用车不高于 2.5 升排量、35 万元，副部级官员不高于 2.5 升、30 万元，而普通公务用车则被限定在 1.8 升及 16 万元以内。

这样一来，如果新采购标准一经推行，将会把大多数合资品牌排除在外，原因很简单，目前大多数合资品牌都集中在 16 万至 40 万的价格区间，而其排量也多在 2.0 升以上。

不过，50%的硬性规定却让自主品牌迎来井喷式发展良机。之前，尽管国家对自主品牌也有过许多扶持政策，但自主品牌汽车在政府采购市场的表现犹如一道“玻璃门”，看得见却很难进入。

国内公务车市场巨大广阔的增长空间和年均 20%的增长速度，使得所有的汽车企业更加关注政府采购市场。据中国机械工业联合会统计，汽车采购额在政府采购物品中始终占据前三位：2004 年全国政府公务用车采购金额为 500 亿元，占到政府采购总金额的 1/4；2005 年增加到 600 亿元；2006 年达到 700 亿元，2007 年和 2008 年政府用于公务车采购的财政支出都达到了 800 亿元。照此增长速度，到 2010 年，全国公车采购金额有望突破千亿元。

对于众多汽车企业来说，这无疑充满了巨大的诱惑。然而，公开数据显示，2009 年 1 至 11 月份，全国公务车上牌量为 615426 辆，政府采购奇瑞的汽车数量为 14012 辆，仅占全国 2.3%，而吉利、比亚迪获得的政府采购份额更低。

事实上，从自主品牌乘用车公司诞生起，自主品牌均不懈地往公务车市场发展，但政府采购部门相关人员的“惯性思维”和政策的不明确性让自主品牌颇为无奈。而新公务车采购标准修订方案的出台或将改变自主品牌这一尴尬状态。

与政府和解

戴姆勒自愿受罚 1.85 亿美元

本报综合消息 戴姆勒行贿事件出现重大进展。美国时间 4 月 1 日，为平息美国两个政府部门对其行贿案的法律诉讼，奔驰母公司戴姆勒同意向美国政府支付总计 1.85 亿美元的罚金。

这是在戴姆勒行贿首次听证会上披露出来的消息。该听证会在美国首都华盛顿特区法庭召开，主持听证会的法官为华盛顿特区法官里昂，站在被告席上的是德国戴姆勒、戴-克中国（现戴姆勒东北亚公司）、戴姆勒俄罗斯公司、戴姆勒出口贸易金融公司。

美国证交委当天发表声明说，戴姆勒已同意向该部门支付 9140 万美元的罚金。同一天，美国司法部也表示，戴姆勒及其三家子公司同意就多起刑事指控向司法部支付 9360 万美元的罚款。根据美国相关法律，戴姆勒还需支付近 10 年时间里调查和该公司行贿有关的约几百万欧元的相关费用。

在发给记者的新闻稿中，戴姆勒称已提取了足额的准备金用于罚款。该公司还承诺，愿同美国及其他国家政府全面合作，调查该公司的行贿问题。

根据美国政府的起诉，在 1998 年至 2008 年期间，戴姆勒公司为销售自己的卡车，在 20 多个国家以各种名义行贿总计超过 5600 万美元。

戴姆勒董事长蔡澈表示，合规是戴姆勒工作的重中之重，该公司将竭尽全力确保严格遵守最高标准的商业道德规范。

华泰加紧轿车网络布局

本报讯 华泰汽车首款战略轿车 B11 上市时间虽尚未公布，但其热度已经透遍整个市场。 事实上，华泰汽车对 B11 的倾力打造不仅体现在技术和品质上，近几个月，围绕 B11 上市的各项筹备工作已经就绪，完全具备批量上市条件。尤其是轿车营销网络布建的日臻完善，为其后续上市奠定了坚实基础。

去年广州车展期间，华泰轿车网络招商工作就已展开。仅车展期间，与华泰汽车洽谈加盟的经销商就达 40 多家，其热烈程度大大超过了计划及预期。。

目前，轿车网络新签约的经销商近 80 家，分布于山东、浙江、广东等自主品牌主战地省市。除新加盟轿车网络的经销商外，原有 SUV 网络的经销商则集体掀起了“扩建热”，以期望翻新扩建后店面能够达到轿车销售的准入标准。据悉，华泰汽车第一阶段营销网络建设的目标是，在今年 6 月前完成 100 家轿车网点覆盖。

首次涉足轿车市场，构建营销网络的重要意义对于华泰不言而喻。华泰汽车以卓越的产品品质以及极具吸引力的渠道政策为保障、以科学合理的运营规划及渠道战略为核心，“步步为营” 地构建轿车营销网络，奏响了进军轿车市场的最强音。

关注 新能源车

长安新能源汽车

即将亮相世博重庆馆

本报综合消息 2010 年，来自全世界的目光都将聚焦以“城市，让生活更美好”为主题的中国 2010 年上海世博会，以关注地球可持续发展的“低碳”为重要理念，人们有望迎来有史以来最为“绿色”的世博。与此同时，以“畅想绿色未来”为主题的北京车展也将拉开序幕。

为了迎接这场绿色“革命”，汽车企业纷纷厉兵秣马，在世博这个舞台上展开在节能环保型产品领域的白刃战。作为中国自主品牌汽车和新能源领域的领军企业，长安汽车勇担低碳先锋，将以绿色汽车产业化推动者和低碳生活理念倡导者的形象，在全球聚焦的 2010 年上海世博会再展中国低碳汽车的锋芒。

新能源车型助阵世博会

据悉，长安汽车将以新能源为主要展示主题，与此次世博会展开深度合作。其中，牵手重庆馆成为长安汽车此次世博会之行的重要项目。在展馆风格与新能源主题颇为切合的重庆馆中，长安汽车将闪亮登场。除了表现重庆“山地森林城市”的主题外，长安汽车还将彰显作为重庆工业龙头企业的地位和责任。

在颇具山水特色的重庆馆中，长安汽车将全方位地展现其绿色品牌概念。汽车模型的利用是此次长安汽车世博展览的一大特色，在重庆馆的一些展示区内，将会看到长安新能源汽车模型。而体现在这些模型当中节能、环保的理念，不仅与此次世博会“城市，让生活更美好”的主题相吻合，更是向人们传达了一种全新、时尚、健康的用车概念。这些模型作为重庆特色小礼品被赠送出去，就好比长安汽车将这一绿色的用车理念传达给大众，更是从另一个角度体现了其对于“引领汽车文明，造福人类生活”使命的践行。

新能源汽车模型承载了长安对于绿色、健康生活的向往，而将在世博会上首次亮相的悦翔纯电动概念车则让人们真切感受到现代的汽车文明。在展览现场，观众可能可以清晰地看到这款未来车型内部结构、线路等等，以近距离地感受绿色汽车文明的气息。而对于悦翔纯电动本身来说，或许也将是长安汽车继奔奔 MINI 纯电动之后，向这一领域更深层次进军的信号。

燃料电池车开始示范运行

更加令人欣喜的是，5 辆长安志翔燃料电池车将作为出租车示范运行服务于世博会。在素有“万国科技博览”之称的世博会上，这 5 辆长安制造的新能源出租车势必成为最新代言，向全世界展示中国自主品牌在新能源领域的优异成果。

而这正为长安汽车积极参与此次世博会做出了最佳注脚：在全球汽车发展趋势越来越偏向“绿色”、新能源研发的大背景下，中国自主品牌并不仅仅只是被动的跟随者；作为汽车工业“中国创造”的引领者和推动者，长安汽车在新能源领域正积极进取，并取得了卓越的成果，向着世界一流汽车企业的目标大步前进。

长安汽车董事长徐留平曾经说过：“长安要力争在以混合动力等新能源汽车为标志的第二汽车世纪，达到世界领先水准。”而无论是 4 月北京车展“畅想绿色未来”，还是 5 月上海世博会“城市让生活更美好”，长安汽车都将在不同的主题下演绎自己在新能源汽车领域的光荣与梦想。

对于肩负着从汽车大国走向汽车强国重任的长安汽车来说，这是一个机遇与挑战并存的时刻，今天如何运筹帷幄、坚定地迈出“绿色”的脚步，将成为决定明天成败的关键。