2010款悦动上市
首月销量破2万

本报综合消息 北京现代“当家花旦”悦动在广州车展上推出2010款。换载全新1.6γ(Gamma)节能环保发动机的2010款悦动,上市首月销量便突破2万辆,达到22673辆。

2010款悦动在原车型的基础上,换载全新1.6γ(Gamma)节能环保发动机,增加了水温表等多项人性化配置。该款1.6γ(Gamma)节能环保发动机是现代汽车技术最先进的新一代发动机,也是环保性最高的绿色发动机。该系列发动机采用CVVT连续可变气门正时技术,可实现发动机在怠速状态时稳定燃烧,在起步、加速、爬坡获得更大的扭矩,高速行驶时提高发动机的工作效率。1.6γ(Gamma)节能环保发动机最大功率为90.4kw/6300rpm,比2008款悦动搭载的α发动机提升了9.7%,在同级别车型中排名第一。1.6γ(Gamma)发动机还采用最新的偏心曲轴技术,活塞配置低张力活塞环,有效降低了摩擦,进而改善了燃油经济性,更加绿色环保。2010款悦动1.6L手动档综合工况油耗每百公里6.6L,1.6L自动档综合工况油耗每百公里6.8L,燃油经济性和环保性全面领跑同级别车型。

北京现代在悦动的销售高峰期毅然推出升级换代车型,不仅展现了北京现代的“现代速度”,同时也体现了提早为2010年做准备的姿态。在广州车展上,北京现代副总经理、销售本部副本部长熊伟表示:“此次推出2010款悦动,我们是结合了市场观察和消费者需求做出的决定。提升产品力,将最好的技术反馈给消费者,同时抢占市场先机,在激烈的竞争中先行一步,这将更为巩固甚至提升我们现有的成绩。”

从目前2010款悦动的市场表现来看,北京现代此次所做的市场把脉是正确的。中级车市场一直是各汽车厂家攻城略地的必争之地,纵观目前的中级车市场,有实力的汽车厂商都有对在售车型进行升级换代的想法,而2010款悦动的上市抢占中级车市场先机,代表现代最先进技术的1.6γ(Gamma)节能环保发动机,无论是动力性还是燃油经济性上都强于竞争对手,上市首月销量即破2万辆,达到22673辆,使得悦动王者地位进一步稳固。

作为中级车市场的王者车型,悦动已获得市场及消费者的高度认可,上市以来多次摘得单车月销量桂冠,已拥有超过32万的市场保有量。产品、价值全面升级的2010款悦动,无疑将成为2010年北京现代拓展中级车市场广度和深度的利器。

汽车保养省钱四大妙招

任何事物都是相对的,买了车是方便了,可是用车养车修车的费用会令您的日常支出水涨船高。挣钱不容易,花钱当然要算计算计。通常我们所说的车辆正常维修保养费用包括工时费、配件费和其它材料费。

用车初期主要是正常保养,费用相对较低;当车辆使用一定年限或行驶一定里程后就会进入维修期,费用就相对高一些。如何才能在确保质量的前提下节省汽车维修保养费成为很多车友们关心的问题。

合理确定保养周期

汽车保养周期是指汽车保养的间隔里程或时间。保养频率高不是什么坏事,能更有效地保障车辆的各项性能,因此科学地确定各类保养作业的间隔里程,不仅能使汽车经常保持良好的技术状况,还能使您节省保养费用和修理费用。在决定汽车保养周期时,应参照汽车制造厂推荐的保养周期,结合汽车自身的技术状况和实际使用条件,对保养周期做适当的调整。一般汽车技术状况良好的新车,在良好的运用条件下使用,可适当延长保养周期;而汽车技术状况较差,或运用条件恶劣,则应适当缩短保养周期。

充分利用免费检测

现在的汽车厂家越来越重视售后服务,由此为车主带来的好处就是会经常享受免费的检测活动。这些免费检测活动很多看似简单,在车主看来似乎没有实质性内容,其实是非常有好处的。车主可以利用这些免费检测活动对爱车全面体检,及时发现一些潜在的故障,并将这些故障隐患消除,省去了将来的高额维修保养费用。

尽可能少“解体”维修

很多车主都有这种感觉,自己车的某个总成(如发动机)在解体维修后便一发不可收拾,隔一段时间就要“住院”治疗,这种现象在进口车上尤为常见。为什么会出现这种现象呢?原因是多方面的,主要涉及修理工的装配技术和配件质量等方面。为了防止车辆过早进入维修期,最好尽可能少解体维修总成。

恰当用油

恰当用油包含两个方面:一是燃油,二是润滑油。燃料选用不当,很容易造成燃油滤清器的堵塞等故障,使发动机出现怠速不稳、加速不良和油耗上升等现象,还会加速气缸的磨损,影响发动机寿命。因此,燃料选用不当,会增加汽车的保养费用和修理费用。不同品牌和级别的润滑油,其品质相差很大,价格也相当悬殊。怎样选用润滑油才能做到既满足润滑要求,又少花钱呢?基本原则是:能满足车辆使用要求就行,只买对的不买贵的。比如发动机机油,对于国产轿车,一些国产SJ级机油完全能够满足要求,没有必要买进口的。

华泰汽车借技术比武
促服务水平提升

本报讯 近日,历时两个月经过三轮的紧张选拔,以“全心服务”服务品牌为核心的华泰汽车第四届技术大比武总决赛在北京隆重举行。从全国十二个区域两千余名华泰维修技师中脱颖而出的24名技术精英,经过各项严格的专业考核,终于站上总决赛擂台进行巅峰对决,共同打造了一场维修技能比武盛宴。最终,冠军由来自安徽大联合汽车服务有限公司的陆云摘得。

“举办维修技术比武不单单是对以往培训工作的检验,更是一个‘以赛代训、以练代培’的过程。通过搭建竞技舞台,集中砺练,大范围技术交流,营造‘比、学、赶、超’的学习氛围,提高各售后服务站的维修技术水平;同时发现人才,培养人才,有效的用好人才,以‘尖兵’的‘模范效应’,带动整个技术服务团队练兵活动的持续推进。”华泰汽车销售公司总经理杨永明表示。

中国首款七座商务MPV柴油车
威麟V5登陆海南

本报讯 随着汽油油价和供应方面经常不稳定,而柴油车克服了这一缺陷,慢慢的受到了消费者的喜欢。在一般情况下,中高档MPV在消费者心目中一直是个“油老虎”形象,而威麟V5柴油版的出现很看就改变了消费者的观念。高端品牌麒麟汽车——威麟V5是专为中国年轻的商务人士打造的一款七座商务MPV。此次威麟V5共推出了7款车型,除拥有汽油车型中的1.8-5MT、2.0-5MT、2.0-4AT外,在中国MPV市场中首次推出了1.9TDDI-6MT柴油车型。

威麟V5该车搭载的ACTECO发动机70%以上为新型铝合金材料机身,60km/h等速油耗仅为5.5L/100km,与同级发动机相比油耗低30%,更加经济高效,很大程度上降低了您的用车成本。

此外,威麟V5柴油版在适用性方面也表现不俗。该车秉承了MPV的多功能性,可以根据具体乘坐需求,采用不同的空间布局组合方式。无论是一人专享,还是多达7人的共同乘坐,都能让人感到舒适自如。在放倒第二排和第三排座位的情况下,威麟V5最大存储空间更是达到了2240L,非常宽大实用。

威麟V5柴油版的推出不仅对其自身品牌的发展起到了积极的推动作用,对于正在发展的MPV市场都会产生重要影响。其动力性、舒适性的完美结合,也体现了威麟品牌“Engines&Drivers”的理念,相信在未来的市场中会获得中小企业的更多青睐。

目前海南兴悦汽车贸易有限公司——麒麟4S店的威麟V5商务七座MPV 1.9L柴油涡轮增压器版展试车已经到店。而且年底还有订车大优惠,现在订车可享5千抵1万的现金优惠。限量5台,先到先得。

赢在创新
创新与创建:探寻持续竞争力之源泉

本报综合消息 日前,2009年(第七届)中国企业竞争力年会活动在北京隆重举行。比亚迪凭借其在技术创新、绿色环保、营销决策等方面的优异表现,获得2009年度卓越表现奖之“最佳战略决策奖”殊荣。

“一个企业竞争力的核心,最重要在于创新。创新是比亚迪发展的源泉,每个企业在不同阶段都有不同的创新模式,包括战略、制造方法、技术研发、商业模式。”比亚迪销售有限公司副总王建钧会上表示。

比亚迪开始生产手机电池之初,一套成熟的生产线动辄开价几千万甚至上亿,这对正处于起步阶段的比亚迪来说无疑是天文数字。怎么办?

于是,比亚迪独创了一套半自动、半人工的生产流程,即在全自动设备上加上一些集成的设备,保证产品质量的情况下进行手工化的改造,并用夹具实现对产品品质的保证。比亚迪后来把这种特有的半自动化生产流程用一个公式进行了形象的总结人+夹具=机器人!

在这种生产流程下,比亚迪的产品质量不仅得到提升,并且交货的时间、产品型号更加灵活,变得让客户更加方便。最后的结果是,比亚迪只用了同行业1/2甚至1/4的投资门槛便在IT、手机等领域站稳了脚跟。

在企业的初创阶段,第一步是要把产品做出来,让企业活下来,所以降低投资的门槛也是一种创新,王建钧对记者说道。

比亚迪依靠手机电池业务的回报,开始投入汽车的生产与研发。不论是电池还是手机,比亚迪都面临着世界上顶级的竞争对手。因此,与所有的本土汽车公司不同,比亚迪没有复制其他汽车公司的成功模式,而是利用自身在电池动力领域和汽车领域双平台上进行集合创新。目前比亚迪汽车的产品线已日渐丰富,产品也被市场认可,取得较好的销售成绩。

一组可查询到的数据显示,在引进上百台(套)世界领先的整车制造和检测设备基础上,比亚迪启用自主研发的汽车冲压设备360项,调试自主研发的汽车焊接设备825项,安装自主研发的汽车涂装设备656项,整合自主研发的汽车总装设备412项。据悉,从2002年到2008年,比亚迪每年申请的专利数都在1000项以上,其中2008年,比亚迪共申请专利1530项,在国内企业申请量排名中位居第四。

而08年底上市的F3DM,就是比亚迪一贯奉行的产品与技术创先模式的结晶,它体现了从单一产品创新到多重技术集成的理念,这也是中国车企第一次领跑世界。

商业模式的创新是一种后发优势。比亚迪之所以能够在短短几年内迅速发展,就是吸取了前期企业很多不同的方式方法。而2003年的中国,汽车市场正经历着前所未有的“井喷”行情,这就使得比亚迪必须寻找与其他汽车企业的差异化,以规避从电池业跨入汽车行业带来的诸多风险。这种差异化是必须选择新的打法,而比亚迪唯一的取胜点也就是创新,只有选择不同的模式、打法才能适应这个市场。

这就是独特的“袋鼠模式”,集中内部资源,在已有的商业领域成功后,迅速进行战略转移是这种模式的核心,而汽车业务就是比亚迪培育出的一只新“袋鼠”。到今天比亚迪汽车能够在中国汽车界站稳脚跟,也是其选择不同的打法和创新所成就。

数据显示,今年1-11月比亚迪销量已达388247辆,同比增长120%,比亚迪F3位居单品牌销量第一,而40万辆的年度销售目标也在12月上旬提前完成。

比亚迪在IT、电池、汽车领域,非常推崇和运用垂直整合的模式,这个模式与汽车领域流行的专业化分工有明显的区别。

王传福曾说过:“我们造汽车和别人不一样,我们什么零部件都造。别人是专业化分工,我们是大而全。这就是比亚迪在战略上的一个创新。”

目前,比亚迪汽车至少70%的零部件由公司内部的事业部生产。这种“反向”自我配套,不仅可以保证整车和零部件的开发作为整体同时进行,而且在保证同等品质要求的前提下比外购部件在价格上凸显竞争力,其成本之低是国有、合资和其他自主品牌车企所无法做到的。

业界认为,比亚迪的完全自主能力,使车型开发、模具制造、技术转让、品牌使用、人工等方面有很大的成本优势。而比亚迪汽车的成功,也是其坚持自主研发、自主品牌、自主发展的发展模式的成功。

这一年,下调税率,汽车下乡,以旧换新等一系列促进汽车消费政策频出;这一年,国内汽车产业重组不断。这一年,这边风景独好的中国车企四处出击,欲改变汽车产业全球版图;这一年,自主品牌与合资品牌开始了正面交锋……

盘点2009汽车业:10大事件发出“中国强音”

不平凡的一年,有着不同凡响的经历。从谷底到顶峰,从保守从大胆,从下调任务到上调产销目标,中国汽车产业正在演绎辉煌、创造着历史。2009年中国汽车业的每一件事,都会成为这其中的不可或缺的一个音符。在这里,我们不可能一一回顾,只能重温一下这其中的代表性重大事件。

1.汽车新政:全球最佳“救市”政策

2009年初,冰点之下的汽车市场,没有谁能想到如今的1360万辆,但一系列的振兴政策让这一切都提前到来。1月初,国家出台《汽车产业调整和振兴规划》,推出包括下调1.6升及以下排量车型的购置税至5%在内的一揽子刺激方案。3月,财政部会同发改委联合7部委推出汽车下乡实施方案,撬动广大农村汽车市场。7月,商务部、财政部等10部委再次推出汽车以旧换新等等。一系列的政策,让中国这个原本冰冷的市场顿时火爆,也成就了全球第一的伟业。而年末的市场,也再次因明年购置税上调至7.5%的消息,将疯狂延续到底。

2.第1000万辆下线:汽车大国梦终圆

2009年10月20日,在中国汽车日历上,是一个永远值得纪念的日子。随着一辆金橙色解放J6驶下生产线,中国年产第1000万辆汽车在长春一汽诞生。这是成为继美国、日本之后,第三个国家汽车年产超千万辆。回首中国汽车工业的发展历程,突破年产1000万辆是大势所趋。近10年,中国的汽车市场年增速始终保持在10%以上,今年的增幅更是高达惊人的40%。市场的“一枝独秀”也造就了跃居全球第一大汽车产销国。但是,1000万辆也在提醒着我们留一分清醒,汽车大国并不意味着汽车强国,强国之路还很漫长。

3.海外收购“疯狂”秀:那里技术好、价格低,我们这里钱多

上汽并购双龙的失败,并没有让中国车企泄气。全球汽车产业的巨变,出现的众多并购机会,让这边风景独好的国内多家车企蠢蠢欲动。不久前,北汽成功收编萨博多款整车平台、发动机与变速箱技术;吉利成为沃尔沃最佳竞购方;就连乘用车的门外汉腾中,也对收购悍马信誓旦旦;在零部件领域,京西重工收购德尔福公司减振和制动业务等等。这些都让全球汽车产业版图发生巨大的变化,也是中国汽车走向世界的一个必经之路。然而,美好的愿景往往伴随着艰辛的路途,海外并购如何实现融合,将是考验各大车企管理者的智慧。

4.上汽“领着”通用进军印度:首次“翻身做主人”

失败,不气馁!双龙的教训,并没有减缓中国车企老大“走出去”的步伐。

12月初,上汽与通用宣布联合,上汽收购上海通用1%股份,按照50:50股份比例,成立通用上海香港投资公司,以此作为投资与合作平台,利用在华合资企业成功的管理经验,以及本土化开发的、具备竞争优势的产品,合力抢抓亚洲新兴市场发展机会,进军印度市场,这是中国汽车企业第一次通过合资模式进军国际市场。此外,上汽与通用的你进我退,也打破了中国汽车产业长期以来的默认的50:50股比合资方式。

5.长安与中航重组:大有多美?

迄今为止汽车业最大央企间的并购!11月10日,在人民大会堂,兵装集团旗下的长安汽车集团与中航汽车实现兼并重组,新长安汽车集团将由兵装集团持股77%,中航集团持股23%。中航虽然看似重生意念十分强烈,但毕竟无奈“人在江湖身不由己”。并购之后的长安,无疑实力大增,产能上跃升一个台阶,将超过东风位居全国老三。另外在全国的布局上具有先天优势,从南到北,由东往西都将有生产基地,这对区域竞争具有较大优势。但是,摆在徐留平面前的是,两个企业间的文化将如何有效融合。

6.广汽长沙筑梦:开创市场化重组先河

2009年对广汽来说,收获可谓颇丰,成功入主收购长丰,牵手菲亚特,长沙项目完美收场。收编长丰27%股份,广汽花10亿元打响今年兼并重组第一枪。此次“广丰之恋”,也开创了国内汽车行业重组的新模式,以市场为导向实现双方优势的互补,抛开了政府的“拉郎配”,为后来者提供一种重组的新样本。而菲亚特项目的上马,一期形成的年产14万辆整车和22万台发动机的生产能力,将会为广汽的发展提升至一个崭新的局面。

7.广本行人保护试验:“昂贵”的公益

“嘭”一声,耗时0.2秒,耗资约1000万元。8月底,广汽本田进行了国内首次行人保护“第一撞”,引起了极大的社会关注。这一次简单的碰撞也开拓了一个全新领域,车企除了提供保护驾驶者安全的可靠产品之外,在保护行人方面还有多大潜力可为?

目前,在我国关于行人保护仍旧没有得到应有的重视,汽车厂家传播大多局限于车身的碰撞安全性能,对行人保护关注甚少,而这一撞将起到了良好的行业示范。实验证明,在假人与车辆碰撞的过程中,由于发动机罩、保险杠等部件充分吸收了碰撞能量,能有效地降低假人头部以及腿部受伤的可能性。

8.自主品牌“被高端”:“十月围城”

自主品牌已经驶进了岔口,继续坚守低端还是向上突破?2009年,自主品牌给出了答案,吉利推出帝豪;奇瑞高调推出瑞琪,G5留名德国纽博格林北环赛道;比亚迪也迫不及待推出S8等等。在低端市场站稳脚跟之后,自主品牌乘着中国市场的高速发展,也在逐步发力高端市场,欲突破合资品牌把持的中高端市场。同样,看好中低端市场的合资品牌,也将正式宣战,上海通用明年推出新赛欧,将突破6万的关卡,欲在二三线城市大展拳脚。狼来了?是合资品牌的狼来了,还是自主品牌的狼来了,市场将会给出公正的判决。

9.通用破产保护:老大真的不好当,还不如不当

金融危机彻底压死了美国的“半个工业”。北京时间6月1日晚19点57分,因负债超过自身资产的两倍,美国百年老牌车企通用汽车,向纽约当地破产法庭递交破产保护申请,正式进入破产保护程序。这也宣告了这家美国百年车企,美国工业经济实力象征的正式完结。随后,通用被迫关闭近12家工厂,削减超过两万个工作岗位,出卖亏损品牌。但是,仅仅过了40天,在美国政府史无前例的巨额资金援助之下,通用汽车便迅速走出了破产保护程序,国有化的新通用汽车由此诞生。但是,此通用已并非彼通用,如何应对百变的市场?巨大的负债如何解决?如何快速重回巅峰状态?都悬在通用决策层的头顶。

10.大众南方战略:精神图腾还是自我慰藉?

丰收,只能这样描述今年的大众。但在中国极为重要的南部市场,大众依旧是一个追赶者。为此,大众中国联合了一汽大众、上海大众,在广州高调发布了南方战略,势要与日系三大巨头直接较一高下。大众通过该战略对销售与市场、客户与服务、产品与技术、地区贡献等四方面的提升,将大众汽车、奥迪、斯柯达三大品牌在中国南方市场的年销量从现在的15万辆提升至50多万辆,并将南方市场占有率由2008年的12%提升到集团在全国的平均市场占有率水平。目前,这场没有硝烟的争夺还没有进入高潮,胜负自然无法预测,但对于中国汽车市场来说,无疑是一场重头戏。