

自主品牌汽车扬眉吐气再出发

2016年自主品牌乘用车年销量首次突破1000万辆

对于自主品牌车企而言，2016年是个“吉利”年、“传奇”年，自主品牌乘用车年销量首次突破1000万辆大关。自主品牌汽车产品质量稳步提升，逐步建立研发流程、标准和体系，在国际上的影响力越来越大。

中国汽车工业协会发布的最新数据显示，刚刚过去的2016年，自主品牌乘用车年销量首次突破1000万辆大关。

“回顾2016年中国自主品牌汽车的发展，可以说比以前任何时候都要好。”国家发改委产业协调司机械装备处处长吴卫表示，如果用个字来总结，那就是“势”，其含义包括蓄势待发、乘势而上、势不可挡等。

多家自主车企跑赢洋品牌

对于自主品牌车企而言，2016年确实是个“吉利”年、“传奇”年。

1月5日，吉利汽车公布了去年全年销售数据。虽然曾两次上调销量目标，吉利汽车仍以总计76.59万辆的成绩超额完成2016年公司任务，同比增长50%。

尽管2016年是长安汽车的“产品小年”，但其表现也不能小觑。长安品牌乘用车全年销量128.45万辆，同比增长27.6%。在长安集团300多万辆的总销量中，自主品牌份额已超越合资品牌，占比接近60%，成为唯一一家自主品牌占比过半的整车企业。

长城汽车对外发布的销量数据显示，去年长城汽车总销量首次突破百万大关，达到107.45万辆，同比大幅增长26%。其中，明

星车型哈弗H6从年初的月销4万辆，到年底时已月销8万辆，创造了2016年进口和合资产品在内的中国汽车市场单月销量新纪录。

广汽传祺更是上演了“传奇”。2016年全年产销38万辆，同比增长96%，增长速度领先中国品牌。

伴随着自主品牌的快速崛起，自主品牌汽车开始迅速抢占市场份额。中汽协数据显示，韩系车在中国市场占有率已从2014年的9%跌落至2016年的7.35%。

质量提升获市场认可

曾经不被认可的自主品牌汽车表现为何远超预期？“首先，得益于对SUV和MPV两大细分市场的合理预判、超前布局。”中国汽车技术研究中心党委书记于凯表示，近年来，自主品牌车企从供给侧入手，及时调整产品结构，抓住了SUV和MPV两大风口。哈弗H6、传祺GS4、宝骏560、长安CS75等一批以SUV为主的“明星车型”成为各企业销量贡献的主力。

其次，产品质量稳步提升。经过多年的积累和发展，现在不少自主品牌的新车型，无论是“颜值”，还是品质，一点也不输于合资品牌。从“造老百姓买得起的好车”，到“能与合资品牌产品竞争的车型”，这是历史性的跨越，标志着中国自主品牌实现了由量变到质变的转变。

第三，体系能力不断增强。“告别模仿，坚持正向开发，逐步建立研发流程、标准和体系，这是近年来中国品牌乘用车品质大幅提升的主要原因。”吉利汽车集团总裁、CEO安聪慧说。据悉，目前长安、广汽、吉利等车企已

建立了完整的正向研发能力，并在若干核心技术领域取得突破性进展。

品牌还需加快“向上走”

不过，在看到自主车企实力跃升的同时，也要看到当前自主车企发展还面临着一块明显的“短板”，这就是品牌力。

奇瑞汽车股份有限公司董事长兼总经理尹同跃坦言，相较于合资品牌，自主品牌起步晚、起点低，虽然其市场占有率稳步提升，但这种发展模式也给自主品牌汽车贴上了低质低价低端的标签，以至于现在同样级别的产品，自主品牌售价往往比合资品牌低很多。

“当前自主车企面对的核心问题是要提升品牌力，实现高端化发展。”清华大学汽车产业与技术战略研究院院长赵福全认为，自主车企只有突破品牌的天花板，才能够提升产品和品牌溢价能力。据《经济日报》



2017年首批新能源汽车推广目录发布

近日，工业和信息化部对外发布了第292批《道路机动车辆生产企业及产品公告》。申报本批《公告》的汽车、摩托车、三轮汽车生产企业共计485户，新产品共计2489个。

在2016年12月29日，《关于调整新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》出台，提高推荐车型目录门槛并动态调整。其中，增加百公里耗电量要求；提高整车续航里程门槛要求；提高动力电池安全性、循环寿命、充放电性能等指标要求，设置动力电池能量密度门槛；提高安全要求等。该政策自今年1月1日开

始实施。

中机车辆技术服务中心曾发布《关于调整申报工作的通知》，对于此前已经进入《目录》的2193款车型，进行重新核定，要求企业重新申报，只有进入目录才能拿到补贴。

此次工信部公布的《目录》正是上述通知发布之后的首批目录，此次入围的车型中有包括东风汽车公司、北汽福田、比亚迪、宇通客车、江淮汽车、吉利汽车等38家车企，其中，物流车36款、乘用车73款、客车76款。在进入《目录》的73款乘用车中，比亚迪共有14款车型、上汽

集团旗下有4款车型、江淮汽车有3款车型入围。客车领域，宇通客车、金龙汽车（包括厦门金龙联合汽车工业有限公司和厦门金龙旅行车有限公司）和中通客车，分别有17款、21款和15款车型入围。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树撰文指出，在2017年第一个月推出1批新能源车目录也是有利于更多的新能源车顺利上牌享受补贴，体现了2017年新能源发展渐入正常发展的轨道，尤其是专用车的目录推出对车市有重大促进作用。

新华

汽车百科

来看看这些新诞生的中国汽车品牌吧

2016年，借着SUV的东风，不少新品牌冒了出来，今天咱们就挑几个，来扒一扒它们的“身世”。

宝沃



“宝沃”确实是个德国品牌，在上世纪50年代也曾名噪一时，与宝马、奔驰齐名，但在1961年，它就由于经营不善而彻底破产了。2015年，

宝沃突然宣布“复活”，并在一年后，一款“中型豪华SUV”——宝沃BX7就在国内上市了。

实际上，“复活”宝沃汽车的幕后金主是北汽福田。宝沃BX7这款车，发动机是由德国FEV（与一汽、上汽、华晨等中国品牌均有合作）研发，变速器来自日本爱信、四驱系统来自博格华纳。BX7的做工用料都不错，但发动机的噪音比较大。

斯威

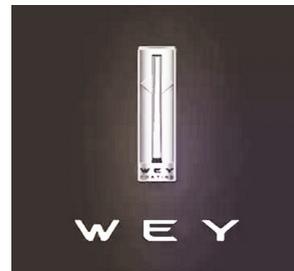


“SWM”创办于1971年，上世纪七十年代红极一时，是

与KTM、Husqvarna齐名的专业级越野摩托车品牌。后来，东方鑫源控股收购了SWM品牌，顺带着收购了宝马在意大利的摩托车工厂，于是SWM品牌就此“复活”，中文名称被定为“斯威”，并于2016年在中国市场上市了首款中型SUV——斯威X7。

斯威X7的外形像极了宝马X5，但发动机的表现很一般，价格比较亲民。

WEY

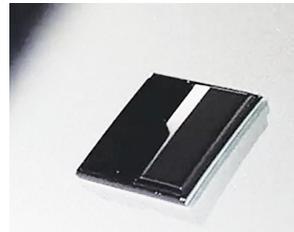


2016年底，长城推出了自家高端SUV品牌——WEY。WEY，源自长城老板魏建军的姓氏，丰田本田也是如此，在LOGO下方有poating（保定，长城总部所在地）字样。WEY主打“轻奢”路线，并不是传统意义上的高端品牌，主攻15万~20万区间市场。

从目前披露出的信息来看，WEY品牌下车型的造型、用料、做工都相当赞，但在关键的动力、底盘系统上，长城并未有太大突破。

从目前披露出的信息来看，WEY品牌下车型的造型、用料、做工都相当赞，但在关键的动力、底盘系统上，长城并未有太大突破。

领克



去年10月，吉利联合沃尔沃发布旗下的高端子品牌——LYNK & Co，中文名为“领克”。LYNK意为联接、互联，代表该品牌的合作属性以及未来的智能互联发展路线。品牌定位于吉利与沃尔沃之间。

LYNK & Co首款量产车外观由沃尔沃前任设计师、现任吉利汽车设计高级副总裁彼得·霍布里操刀设计，并采用与沃尔沃共同开发的CMA平台，想必欧洲范儿很浓。

晚综