

汽车观察

汽车精英的杂志·汽车杂志的精英

AUTOMOTIVE OBSERVER

资本：竞争中寻找差异 /P46

人物：高管转会年 /P54

车型：看得见的变化 /P60

最好最坏的时代 /P98

2013.01 总第94期 人民币定价：18元 美元定价：10元 国际标准刊号：ISSN1673-145X 国内统一刊号：CN11-5288/U 邮发代号：80-532



中国车成长报告 /P44

如果用一个词来形容即将告别的 2012 年的车市的话，那么“微增长”再合适不过了。继 2011 年之后，车市再度在个位数的增幅中徘徊。在全民进入“微时代”娱乐狂欢之时，车市也不得不习惯于“微增长”的被“绑架”。我们很高兴地看到国内自主品牌在经过 10 个月的低迷之后，在年底突然反弹。中国汽车工业协会发布数据显示，11 月份，自主品牌乘用车销售 63.86 万辆，环比、同比分别增长 9.04% 和 11.91%，似乎自主品牌企业困难的时期已经过去。这一年，我们很欣喜的看到中国的汽车企业在积淀多年后的变革，亦如往年，我们在岁末年初推出又一本中国车的成长报告，希望向行业内传递正能量，继续为中国车摇旗呐喊。



【目录】 Contents



46

2013.1 总第94期

汽车观察 [封面故事] 44 Cover story

汽车精英的杂志·汽车杂志的精英
AUTOMOTIVE OBSERVER 中国车成长报告

素描

- P10 自主品牌年历
- P12 2012中国汽车影像志
- P22 测评现场

三项大奖

- P28 年度车型大奖
- P30 年度SUV车型大奖
- P32 年度MPV车型大奖



98

最好最坏的时代

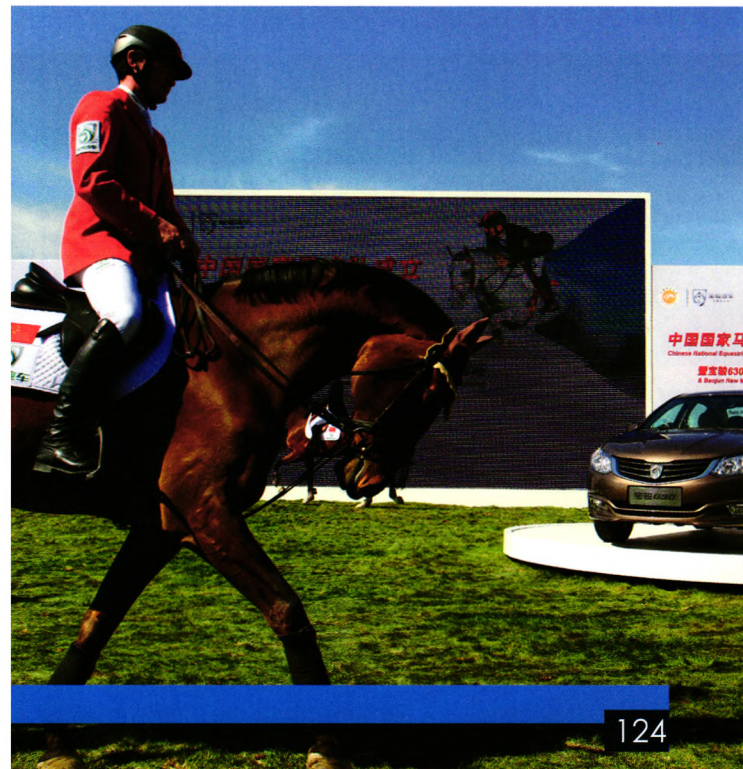
98

在这个整体车市微增长的时代，部分自主品牌企业在扩张时所积累下来的品牌分散、产品平台过多、渠道应变能力差等问题开始暴露，他们在2012年进行调整，进入了沉淀期。比亚迪赶上了内部的变革之路，奇瑞、吉利已经在做新一轮的深度调整，东风调整了销售思路，在自主领域开始发力，一汽、上汽的自主板块也在转变策略。

70

传祺GS5：续写传奇

很少有哪家自主品牌企业敢于将自己旗下所有车型一经问世就走上高端突破道路，继传祺家轿摘得年度最佳质量奖后，传祺GS5再度续写传奇捧得年度技术创新奖。



124

十年成骏

从合资前曾经连发工资都困难到现在成为被通用汽车“视若珍宝的宝骏良驹”，十年间上汽通用五菱发生的巨变被称作“十年创变”，也走出了一条中外合资的成功模式。

广告索引:

郑州宇通客车股份有限公司	封二
首届“爱我中国车”创新百强市大型公益巡展	3
华夏银行	5
山东玲珑轮胎股份有限公司	7
北汽福田汽车股份有限公司北京福田发动机厂	9
上海日野发动机有限公司	59
三键化工(上海)有限公司	105
网通社	111
中华英才网	160
陕西重型汽车有限公司	封三
金龙联合汽车工业(苏州)有限公司	封底

五项 单项奖

P34	年度最佳品质奖
P36	年度技术创新奖
P38	年度最佳动力奖
P40	年度最佳操控奖
P42	年度最佳造型奖

封面 故事

背景篇

P46	资本：竞争中寻找差异
P50	数据：数说2012
P54	人物：高管转会年
P60	车型：看得见的变化

产品篇

P64	力帆X60：入门升级
P66	瑞虎：老骥伏枥
P68	吉利GX7：未超越的遗憾
P70	传祺GS5：续写传奇
P72	华泰宝利格：渐入佳境
P74	福田蒙派克：还有很多事情要做
P76	江淮瑞风M5：向标杆进军
P78	五菱宏光：意外爆红？
P80	江淮和悦：打出运动牌
P82	MG5：期待进步
P84	中华H230：转型之作
P86	北京E系列：试水成功，再接再厉
P88	宝骏630：只做适合的
P90	新东方之子：保守前行
P92	东风风神A60：表现惊艳
P94	长城C50：自己的STYLE
P96	荣威950：自主先行者

企业篇

P98	最好最坏的时代？
P100	长城汽车
P108	北京汽车：有“耐心”才能有“耐力”



以下城市机场均有销售:

- 01 首都机场
- 02 上海浦东机场
- 03 广州白云机场
- 04 重庆机场
- 05 昆明机场
- 06 杭州机场
- 07 济南机场
- 08 烟台机场
- 09 长春机场
- 10 成都机场
- 11 太原机场
- 12 南京机场
- 13 武汉机场

展示: 北京、上海、广州

零售(宾馆、书店、超市、报刊亭): 北京、上海、广州、长春、重庆、成都、昆明、沈阳、济南、烟台、南京、武汉、太原等。

P112	上汽双子星
P116	广汽再出发
P120	东风大自主开局
P124	十年成骏
P130	华晨: 穿越荆棘
P134	北汽福田的2012与2020
P138	江淮: 转型见端倪
P142	奇瑞回归谋蝶变
P146	吉利“内驱动”
P150	华泰: 强化差异
P154	力帆: 另类力量
P158	企业动态

奇瑞回归谋蝶变

明确了阶段性目标是一个“奇瑞”品牌，奇瑞要打破“入门级”，在“价值级”找到自己的位置，寻找到品牌和产品上升过程的突破口是奇瑞迫在眉睫的事情。

网络合作媒体 (排名不分先后)

