

汽车观察

AUTOMOTIVE OBSERVER

汽车精英的杂志·汽车杂志的精英

ISSN 1673-145X



2015.12 总第129期
www.autoobserver.net

黄宏生跨界术 P14
三问雷克萨斯 P26
众人说“重” P52



自主的 少年时代

站在2015年岁末回望过去，对于自主品牌，如果说第一个十年是引进吸收的原始创新、市场野蛮生长的幼年时代，那么从2006年开始的第二个十年，又意味着什么？

商道 BUSINESS

人物 FIGURE

14 | 黄宏生跨界术

“家电佬”开始做汽车，他就是创维集团创始人黄宏生。

18 | 产品主义者的营销难题

如何通过集团干预来避免子公司之间的恶性竞争，廉小强对此提出了一个核心与四个基本点。

新营销 MARKETING

20 | 传祺蓄力新能源

作为自主品牌阵营中的“冒险主义者”，广汽传祺总能实现别人不可能完成的梦想。

24 | 郑州日产三招救市

履新满半年的郑加坤，如何带领郑州日产完成中期规划？

26 | 三问雷克萨斯

全新RX中国上市，会给雷克萨斯带来哪些新的可能性？

28 | 站在十万辆关口

年销破10万辆，对于东风风神品牌而言，意味着什么？

30 | 安凯的“三点一线”

安凯客车的战略重心正逐步聚焦新能源领域。

案例 CASE

32 | 江淮再出发

2015年车市普遍遇冷，江淮上交了一份怎样的答卷？

34 | 一站式服务不是梦

有没有一种平台，既能为商家提供车联网技术，同时也能为车主提供一站式服务？

36 | 向上&向前

有着116年历史的跨国零部件商——辉门，是如何推动着“本土化战车”步步前进的？

自主的少年时代

站在2015年岁末回望过去，对于自主品牌，如果说第一个十年是引进吸收的原始创新、市场野蛮生长的幼年时代，那么从2006年开始的第二个十年，又意味什么？

P38 [封面故事]
COVER STORY

37 | 金矿or陷阱?

“一哄而上”搞新能源的直接后果就是，各个企业不得不面对鱼龙混杂、无序竞争的乱象。

专题 SPECIAL TOPIC

车评 CAR REVIEW

52 | 众人说“重”

在第十届中国车年度大选颁奖典礼的现场，迎来了一群为中国车崛起而浴血奋战的精英，他们说了哪些肺腑之言？

特写 FEATURE

公司 COMPANY

60 | 北汽收官之考

对于北汽，2015年都是至关重要、承前启后的一年。

62 | 五菱的两百万辆

2014年上汽通用五菱全年销售1805850辆车；2015年，销售目标200万辆。

64 | 下一个吉利

不安于现状的吉利，这一次将目标转向了新能源汽车。

66 | 观致变的与不变

面对竞争激烈的SUV市场，观致有着自己独到的观点。

68 | 智慧客车的十年变迁

让客车跟上新工业革命的步伐是客车制造商使命更是机遇。

70 | 让消费者转身

经历了高资金投入的产品研发制造阶段，接下来，腾势如何让消费者为其转身？

72 | 万帮的充电经

充电基础设施“粮草”不足、充电难的现状正在被破解。

74 | 探行者特斯拉

作为先行者，特斯拉需要从头开始，为整个行业去探路。

76 | 德尔福的反霾战略

德尔福提出了哪些治理雾霾的优秀而独特的解决方案？

78 | 商者无域

宇通客车在欧洲取得的阶段性成功引发一场轩然大波。



83 | 到欧洲去

宇通，中国最成功的本土客车制造品牌对自己的再定义。

86 | 咬定A级不放松

C4世嘉上市，东风雪铁龙在A级市场上组团应对竞争。

87 | 雷诺打出国产头牌

东风雷诺正式国产的首款车型，选择了进军当下竞争最热闹的SUV市场。

产业 INDUSTRY

89 | 重卡市场为何量降价升？

重型卡车在运输效率、燃油效率、经济效率都得到提高，才能满足客户需求。

90 | 渠道变革如何走

在互联网的冲击下，对汽配企业来说，又该如何进行有效的渠道变革？

91 | 从线上到线下

互联网与汽车产业链相关环节如何相融相生、优势互补？

92 | 解读转折点

我国商用车行业面临巨大挑战的同时，也孕育着新希望。

94 | 如何布局物流新业态？

商用车企业如何在成本约束下提高物流客户的最大价值？

98 | 共筑良性生态环境

面对车联网，政府、信息商、车企分别扮演着怎样的角色？

100 | 打造中部大平台

中小城市的汽车展又是如何迎头并进的？

车观察 PRODUCTS

试驾 TESTING

102 | SUV混战新军

——试驾北汽绅宝X65 2.0T

竞争导致进步。业内人士曾经预言：哪个汽车企业没有SUV，日子将会很不好过。

106 | 鏖战上海滩

——试驾东风悦达起亚全新K5

以德尔福为代表的手势控制技术的推出，打开了全新人机交互方式的大门。

发行渠道

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

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。

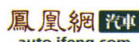


首都机场T3实景拍摄

广告索引

郑州宇通客车股份有限公司	封二
金龙联合汽车工业(苏州)有限公司	P3
山东玲珑轮胎股份有限公司	P5
北京福田康明斯发动机有限公司	P7
上海日野发动机有限公司	P9
第13届中国(广州)国际汽车展览会	P11
《汽车观察》杂志十周年	P110
陕西重型汽车有限公司	封三
厦门金龙联合汽车工业有限公司	封底

网络合作媒体(排名不分先后)





金龙微博



金龙微信

万方数据



新能源·新冠军·新未来

第一届青运会官方指定专用客车
金龙新能源纯电动车助力城市清新交通 鼎力支持首届全国青运会
2015年10月 福州

