

自主品牌再掀热浪
北汽出击上海车展
日本地震“震”醒中国汽车工业
拉尔夫·劳伦和他的教练

目录

俯瞰车坛风云 关注人车生活

Content

国内统一刊号: CN42-1738/TH
国际标准刊号: ISSN 1672-9608
邮发代号: 38-353

2011年4月 国内外公开发行

时代车评 Auto Comment

- 4 日本地震应该“震”醒中国汽车工业

本刊编辑部

编者寄语 From the editor

- 6 自主品牌发展还缺什么

车市荟萃 Market Highlights

- 16 购车指标6个月未用将视为作废

车界观点 Auto view

- 23 车界观点

本刊综合报道

特别关注 Focus

- 28 日本地震对汽车业影响几何

晓喻

全球化之下,制造业供应链可谓牵一发而动全身。例如,日本是世界汽车业产业链上重要一环,欧美、亚洲等地汽车制造商当下就已感受到来自“日本制造”停产和减产的“震动”。

- 34 日本大地震的“蝴蝶效应”

王永中

- 37 丰田召回的再思考

小雨

- 40 中国式召回从改变观念开始

雷雨

丰田和通用等大型跨国车企的召回,引来众多热议,而这只是一个开头……

- 44 锦湖掀风波

崔大山

2011年央视3·15晚会曝光锦湖轮胎天津工厂违规大量使用返炼胶生产轮胎,一石激起千层浪,消费者、锦湖轮胎、整车厂家和政府相关部门的神经都被调动起来。

- 46 锦湖事件的几点质疑

综合报道

回顾整个事件的过程,其实我们仍然需要再问我们自己一些问题,不仅仅是以锦湖轮胎使用者的角度,而是希望代表更多的消费者。

- 48 标准落后10年:中橡协拟牵头订立“行规”

俞凌琳

- 52 北汽出击上海车展

姚勃

奔驰C180、E300L,北京现代第八代索纳塔,ix35等热门车型悉数登场,北汽自主品牌首款轿车BC301Z、“威旺”微客、B40越野车迎来首发,北汽自主品牌乘用车体系初显雏形。

- 54 创新·创变·创赢未来

罗建

上汽集团展区一瞥

- 56 长安汽车领军自主品牌

姚勃

自主品牌的崛起,是由大转强的标志,谁能担负这一历史使命?

广告目录 Content

OICA中国论坛	1
MINI广告	3
东风雪铁龙	5
长春车展	7
马自达8	9
华菱重卡	11
中国时代车网	13
时代汽车	14
上海车展	15
尚格展览	17
搜狐汽车	27
湖北宏宇专用汽车	51
襄樊卫东机械	63
捷豹汽车	73
重庆车展	128
东风本田	F2
万金贸易	F3
陕汽重卡	F4



目录

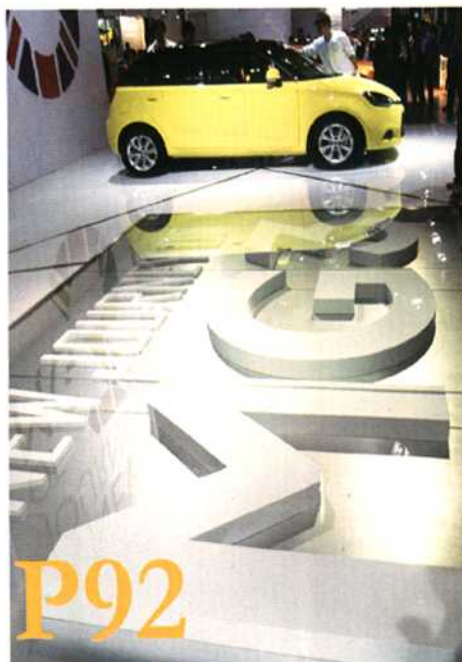
Content

俯瞰车坛风云 关注人车生活

国内统一刊号: CM42-1736/TH
国际标准刊号: ISSN 1672-9668
邮发代号: 38-393

2011年4月 国内外公开发行

- 58 华晨启示录** 罗建
五年前, 华晨汽车曾几近破产边缘, 中华轿车月销仅170余台, 祁玉民临危受命, 采取一系列举措, 力挽狂澜。
- 60 公车难破的坚冰** 崔大山
公车改革十几年后, 公车问题的坚冰却在加厚。
- 64 自主品牌还缺啥** 本刊综合报道
当读者拿到这期《时代汽车》杂志时, 正是上海车展开到荼蘼的时期, 可以想象的是, 吉利, 奇瑞, 华晨, 比亚迪, 江淮等自主品牌汽车正在车展上大秀实力, 其实车展本身就是“一场秀”, 秀技巧秀实力, 秀未来, 秀跑车, 秀概念车, 秀新能源车和秀智能车, 但即便表面再光鲜也难掩中国自主品牌汽车根基薄弱的事实, 那么, 在不缺市场的前提下, 中国自主品牌汽车究竟还缺少什么呢?
- 65 份额提升不等于做强** 全国乘用车市场信息联席会副秘书长
全国乘用车市场信息联席会副秘书长
- 66 盈利水平高低是关键** 古色楼兰
中国汽车的确需要用低成本获取进入和生存的空间, 但如果不尽快提高盈利能力和品牌附加值, 我不知道, 成本控制同样出色的日系和韩系汽车还能留给中国汽车多大空间和多长时间?
- 67 自主品牌汽车质量亟待提高** 易若
在自主品牌繁荣的景象背后, 一份来自第三方的《2010网民汽车使用故障调研报告》数据同样显示, 随着我国汽车销量的大增, 国内汽车的故障率也在同时增长, 从总体上看, 自主品牌汽车的故障率最高, 总体在60%以上。
- 68 做精是当务之急** 易若
在新的市场环境和竞争阶段, 自主品牌掌握核心技术, 使产品做精拥有竞争力是当务之急。
- 70 优质产品和良好服务是关键** 易若
中国的自主品牌企业一定要引以为戒, 你可能以低价入市, 谋得了一定的市场, 但是归根结底, 只有为市场提供优质的产品和良好的服务, 一个汽车企业才可能有长久的发展。
- 72 全球汽车界领袖的盛会** 姚勋 平原
世界汽车制造商组织(OICA)高峰论坛登陆中国
2011 OICA 中国论坛“已受到中国汽车界乃至世界汽车界的广泛关注, 此次论坛将凸显中国汽车工业在世界汽车工业的作用和地位, 凸显中国汽车产业作为国民经济支柱产业的作用和地位, 体现中国汽车工业协会在为行业服务中的作用和地位, 是中国汽车工业协会(CAAM)实现“打造国内一流, 世界知名行业协会”愿景的标志性事件。
- 74 专栏**
- 79 汽车集团对垒重庆车展** 王裕超 肖欢
业内人士指出, 以北京等代表的发达中心城市的汽车销售网络目前已经处于饱和状态, 加上汽车限购等地方政策, 中西部城市将是未来最大的潜力市场。
- 乘用车 Passage Car**
- 81 自主品牌再掀热浪** 雷丽
2011年上海车展即将拉开帷幕, 作为全世界5大车展之一, 此次上海车展将有多款新车首发, 时代汽车为您展示自主品牌的最新成果。
- 90 宝来Sportline缘何惹“火”上身** 王威
准确把握市场的脉搏, 迎合消费者的心理, 送给消费者最需要的产品和精神内涵, 才是宝来Sportline购买者趋之若鹜的主要原因。



P92

目录

俯瞰车坛风云 关注人车生活

Content

国内统一刊号: CN42-1738/TH
 国际标准刊号: ISSN 1672-9668
 邮发代号: 38-393

2011年4月 国内外公开发行

92 MG3情迷80后, 我的青春我做主 王晓辉
 N多的80后新生代的趋势如磐证明了上汽MG3的上市恰逢其时。如果换做早几年, 这款车还没准还未上市便以身先士卒, 淹没在历史的滚滚洪流之中。

94 竞争激烈, 催生“A+”新概念 王威
 将定位级别与价格体系错位的车型在汽车圈由来已久, 既然有豪程, 东方之子, 索纳塔, 中华尊等B级车空间A级车价格的“B-”级车型的问世, 就注定会有速腾, 卡罗拉, 轩逸, 思域, 明锐等A级车价格, B级车配置“A+”轿车的存在。

商用车 COMMERCIAL VEHICLES

97 重卡市场是香饽饽还是烫手山芋 综合报道
 在投资者眼中, 重卡市场可能是香饽饽。近十年来, 福田、华菱、江淮成功进入这一市场, 近两三年刚进入企业的发展还有待市场检验。在这个对技术、管理、服务水平要求越来越高的行业, 留给“新人”的空间, 其实并没有想象的那么大。

100 雾里看花 2011年中国重卡市场分析 王小民
 笔者以为, 今年如果没有重大的利空政策出台, 2011年中国重卡最多只有98万辆左右的市场, 其增量却主要体现在二类底盘专用车上。

104 重叠管理 重卡企业不堪重负 综合报道
 节能减排是国家的大政方针, 促进商用车降低油耗是好事, 但是, 交通部单独搞一个燃料消耗检测办法, 与工信部的有关管理产生了重叠, 也与国家实施的分阶段排量限值标准相矛盾, 会给汽车企业带来不必要的负担。

106 重卡消费信贷缘何步履维艰 李初
 笔者以为, 今年如果没有重大的利空政策出台, 2011年中国重卡最多只有98万辆左右的市场, 其增量却主要体现在二类底盘专用车上。

108 “威旺”到底有多“旺” 姚勋
 “威旺”是北汽“北京”牌的子品牌, 也是区域性品牌; 推出“威旺”微客是谋定而动。

109 “曙光”的曙光 罗建
 曙光集团旗下的黄海客车领跑国内第二集团, 曙光车桥继续领跑国内“轻型车桥王”。

110 客车发展的四大趋势 综合报道
 尽管各商用车企都在努力推进消费信贷, 但这项业务依然处于较低水平。

零部件 Parts

112 东风德纳车桥跨越式发展解读 韩世永
 伴随着中国重卡市场的突飞猛进, 2010年, 东风德纳车桥生产各类车桥总成74.5万根, 同比增长63.24%, 实现主营业务收入66.5亿, 同比增长07.5%; 资金索赔率较预算下降27.4%……漂亮数据的背后是东风德纳车桥人智慧, 拼搏与汗水的结晶。

汽车文化 Auto culture

116 开启汽车之眼 崔大山
 初探北京汽车博物馆
 这里可以堪称一个汽车文化的宝库, 从完整的汽车历史发展, 到车辆结构原理, 再到未来汽车设计等等, 都可以一一在此成为你的汽车文化大餐。

120 殿堂级时装设计师和他的殿堂级收藏 崔大山
 他拥有超过60辆极品汽车, 从1938年布加迪type 57 Coupe到媲美车体的1930年奔驰Count Trossi SSK, 每一辆都是传奇。



P102



P121