

中国主流汽车媒体

时代汽车

AUTO TIME

中国汽车经济
CHINA AUTO ECONOMY

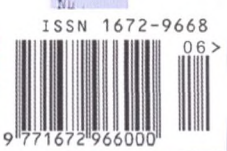
2013
总第184期

06



长城13% 是怎样炼成的?

近几年,连续以超出行业数倍速度增长的长城汽车,俨然熊市中的一支牛股。在这背后,更是让人惊叹的高达超过13%的净利润率。



万方数据

时代汽车微博 二维码 定价:RMB 20 HK\$30

36

长城:13%是怎样炼成的?

长城汽车并不是中国最大的乘用车企业,但毫无疑问,它是盈利能力最强的企业。



SPECIAL REPORT REPORT | 特别报道



52 绅宝的前世今生

收购萨博的资产,北汽打造了一个良好的车型平台,但这只是万里长征的第一步,想要取得消费者的认可和接受,北汽离成功还真的很遥远。

万方数据

DEALERS | 经销商



90 百强之忧

去年我国新车销售集中度进一步提高,体现出百强企业的实力的提升。但从主要盈利性指标来衡量经销商的经营状况,却又令人堪忧。

EDITORIAL

卷首语

2 长城的启示

NEWS

新闻

12 绅宝圆北汽自主梦

15 扬子江汽车多元化发展助力新能源展

LEDING EDGE

车坛前沿

18 汽车电商缓行

汽车网购过程中所实现的互动作用要远远大于其本身的销售作用。

23 1958 协定书, 于事无补?

2012年中国汽车进出口达到接近平衡的状态, 而今年的汽车出口继续处于强劲增长的势头之下。

27 复制特斯拉?

大洋彼岸高端电动车特斯拉的热销, 搅动中国电动车市场。

30 中国 LNG 征途如何破解日本卡位

始于美国, 席卷全球的页岩革命正在上演。

34 林肯与英菲尼迪面临同样的挑战

在这个行业里, 林肯和英菲尼迪必须让所有人看到他们做豪华品牌的能力。

COVER REPORT

封面故事

36 长城: 13% 是怎样炼成的?

长城汽车并不是中国最大的乘用车企业, 但毫无疑问, 它是盈利能力最强的企业。

SPECIAL REPORT

特别报道

52 绅宝的前世今生

“‘绅宝’上市标志着北汽集团已经成功实现对欧洲豪华汽车技术的吸收运用, 正式开启中国汽车工业以核心技术引领自主高端化的时代。”

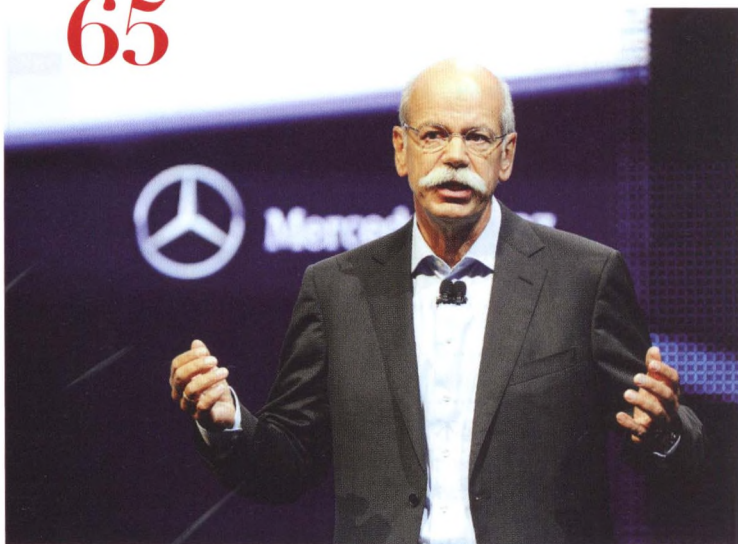
18



汽车电商缓行

不论电子商务时代所带来的利润有着多么强大的吸引力, 对于以汽车行业为代表的传统企业来说, 若想迅速打进这一领域并在短期内实现利润最大化, 恐怕短期内还很难实现。

65



奔驰的难题

奔驰在华的挑战才刚刚开始, 怎样理顺与经销商的关系是它目前最迫切需要解决的难题。

LEDING EDGE | 车坛前沿

27



复制特斯拉?

“特斯拉的热卖,标志着电动车的市场化真正开始了”

PASSENGER CAR 乘用车

60 北汽赶超

北汽集团正以远超行业平均的速度急赶直追。那么,北汽能否今年超越长安乃至一汽的“野心”能否实现?

65 奔驰的难题

2013年中国的豪华车市场情况更加复杂

68 爱意为产业化

走出实验室,接受市场检验,江淮爱意为欲以产业化、商品化的途径获得消费者的认可与自身的提升。

COACH 客车

72 燃气客车市场不起不行

燃气客车市场的活跃表现令客车企业倍受鼓舞,客车企业更是加大对燃气客车投入,既有政策补贴,又有市场,燃气客车不火不行。

75 纯电动客车迎难而上

纯电动客车本是新能源客车的主力兵,却在推广的过程中惨遭滑铁卢。而客车企业也并不放弃,在摸索中不断进步。

78 公交无线来袭

通过网络获取信息并且交流已经成为人们生活中一种普遍的现象,在公交实施无线网络的构思就不得不承认其新颖,但其实用性还有待商榷。

TRUCK 卡车

80 国卡转身

我国卡车市场虽然稍有回暖之态,但卡车市场的整体走向依然不容乐观。

83 重卡高端化

“中国没有真正的国产高端重卡,只有那些纯进口的高端重卡才算是,主要是奔驰、沃尔沃、雷诺和斯堪尼亚四大品牌。”

88 二甲醚的“助力”

天然气卡车,动力不是很强劲,如果加上了二甲醚,进行混燃,那么就可以弥补动力的问题,而且还能节省燃料,污染也比较小。

DEALERS 经销商

90 百强之忧

整个汽车流通行业的发展水平和企业的整体实力有所下降。

PARTS 零部件

94 国产转向器盼自立

“它的优势就是在价格上,劣势就体现在质量上”