

一汽重振自主品牌 勢將官車駛入百姓家

復興紅旗車 馳騁中國夢

一汽集團迎來60歲華誕之際，強勢復興「國車」紅旗品牌，先後推出全新紅旗L9和H7型號，前者於4月接待法國總統奧朗德時驚艷亮相，後者亦成為外交部長王毅的公務座駕。作為國賓車和閱兵車，紅旗對中國人來說不僅是一個轎車品牌，更承載着國家記憶與夢想。復興紅旗車，也就是實現中國夢。汽車業內人士稱，雖然省部級公務車內定紅旗，但僅佔中國汽車業銷售量的2%，不足以支撐品牌「上位」，紅旗未來必須擺脫官車格局，駛入尋常百姓家。

■香港文匯報記者 廖一、張艷利 吉林報道

自主品牌發力 核心技術是關鍵

中國汽車工業協會最新發佈數據，2012年國內生產汽車1,927.18萬輛，同比增長4.63%；銷售汽車1,930.64萬輛，同比增長4.33%。中國汽車產銷量雙雙刷新全球紀錄，連續四年蟬聯世界第一。獨佔鰲頭的榮耀之下，卻難以掩飾一個令人尷尬的事實：2012年中國十大轎車品牌銷量排名中，沒有一款自主品牌轎車入圍。

研發投入待加大

民族汽車工業正面臨着嚴峻挑戰。與國外成熟的汽車品牌相比，自主品牌知名度相對較低，在設計理念、製造工藝和服務體系等方面，也有着一定的差距。尤其是在汽車製造的核心技術領域，國內汽車廠商還有很長的

一段路要走，這是制約中國自主品牌發展壯大的關鍵性原因。

縮小差距需要更多的時間和更大的努力。國內整個製造行業的研發投入佔銷售收入的比例不到1%，汽車行業雖然稍高，但也僅在1.5%左右。這個比例，在國際大公司則一般為5%左右，自主創新能力的薄弱可見一斑。

缺少核心技術，在產品開發上受制於人，就難以推出具有高產品力和競爭力的產品，再加上品牌薄弱，中國自主品牌雖然身處「世界汽車第一產銷大國」，但也難逃被合資品牌的壓制、在競爭中處於劣勢的命運。擁有自主核心技術，成為打破壟斷、振興民族汽車工業的關鍵。



■紅旗H7駛向公務車市場。 本報吉林傳真



■法國總統奧朗德訪華時乘坐的專車為紅旗L9轎車。 本報吉林傳真

推銷主打民族牌

紅旗H7於2012年7月15日下線，在2012年小批量銷售了100餘架，2013年5月30日正式上市，目前已實現銷售及訂單超過1,000架。為了吸引私人客戶，一汽集團已在北京、上海、廣州、長春、濟南、鄭州、杭州、福州、西安9個城市設立紅旗品牌專賣店，命名為「紅館」。記者在專賣店內看到，銷售人員在向顧客介紹H7時主打民族牌，消費者購買的主要原因是因為對紅旗有着較為強烈的感情色彩。

汽車業知名評論員張志勇分析，紅旗H7是一汽集團成立合資公司後的產物，雖然官方介紹H7擁有了100%的自主知識產權，但不可否認H7的許多技術都來自於外資方，因此技術並非是H7的突出強項，只有感情牌和自主品牌特殊地位才是H7的優勢。

重建口碑路遙遙

汽車業知名評論員張志勇表示，在外交部部長乘坐H7之後，與當年的奧迪類似，官車的示範帶動效應一定會進一步顯現，一些私企老闆也可能會追逐H7的高端官車形象，但這並不足以從根本上使紅旗H7的銷量得到巨大提升，真正使H7在市場上站穩腳跟的法寶，主要還是價格和品質。

許多業內人士表示，歷史上，紅旗作為官車曾經在公務用途中出過一些技術故障，作為一個重新復興的品牌和一款剛上市的新車，H7的品質究竟如何還需要市場的檢驗，需要在實際使用中逐漸贏得市場上消費者自發的口碑。而這顯然還需要一定的時間來說服消費者。

此外，紅旗H7上市後的價格也存在一定市場風險。從H7的29.98萬元至47.98萬元售價區間看，其競爭對手已直指寶馬5系、奧迪A6以及平治E級車的主力車型，「無論從品牌地位還是從產品品質角度看，目前的紅旗還都與這些世界級的玩家有巨大差距。尤其在一個增長趨緩的市場中，紅旗想從眾多高手林立的豪華車市場中分一杯羹，還有很長的路要走。」張志勇表示。

6月17日，外交部公共外交辦公室官方微博「外交小靈通」發布消息稱：「外交部部長王毅公務用車從今天起使用國產紅旗轎車」，隨即引起圍觀和瘋轉，甚至有網民說「湊錢也要買紅旗」。當日，一汽集團旗下上市公司、經營紅旗品牌的一汽轎車股價收漲1.73%。

在此之前，今年4月，國家主席習近平在接見法國總統奧朗德時，乘坐的同樣是紅旗轎車，並在訪問斐濟時贈予對方20輛紅旗轎車作為禮品，是中央領導時隔幾十年後，再次將紅旗轎車作為「國禮」贈予邦交國家。

從1958年8月一工人手敲打出一輛紅旗轎車獻給毛主席，到2013年5月30日一汽集團在北京鳥巢宣布最新款的紅旗C級轎車H7正式上市，紅旗品牌已走過55年的歷程。和德國奧迪曾在二戰廢墟中戛然而止的命運一樣，紅旗在上個世紀80年代一度被勒令下馬停產。一汽兩度重振品牌，都繼而回。如今，紅旗再次借助政府採購銳意復興，成敗備受關注。

鎖定私家車市場

作為「國車」，紅旗凝聚了中華民族的大多期望和熱愛。正如一汽董事長徐建一所說，紅旗要飛揚國人理想，想想何其任重道遠！希望紅旗此次起飛，不要辜負了國人期盼，更要讓紅旗飛揚海內外、遍及五大洲！

這一次重新出發，紅旗作為省部級官員內定公務車外，一汽的目標更是直指尋常百姓家。集團總經理許憲平公開表示：「紅旗要做的是公車和私車的一種平衡，最終私家車市場才是紅旗的生命。」

汽車業內人士稱，

儘管目前中國吉林、浙江等省政府已將紅旗車採購為政府公用車，但紅旗要普及到大眾家庭，還需要多方面的共識和努力。

加快H系列商品化

首先政府要引導，在導向上有堅定的倡導民族品牌、支持民族品牌車相應的配套政策，比如購買國產車免減稅費，這樣相同排量配置價格的車，國人選擇起來就會傾向於買民族品牌車；同時廠家也應有一系列的促銷措施和辦法，提升民族品牌車的競爭力。打鐵還需本身硬，一汽著名設計師史汝鵬告訴記者，中國汽車設計理念、能力並不差，改進關鍵在於製造工藝和售後配套服務體系的建立和跟進。

目前紅旗品牌豪華系列自主创新程度較高，工藝設計、配置尚可以與國際上豪華車競爭，加上政府倡導購買，其競爭力是沒問題的。「十二五」期間，一汽將再投入105億元，進一步提高紅旗產品的研發能力，除加快H高檔平台混合動力車型的商品化開發後，還將推出兩款SUV、一款商務車和一款中型禮賓客車。但這一系列走豪華車路線，

購買者畢竟不是普通大眾，未來開發的面向大眾的系列車能否贏得青睞，是紅旗未來成敗的關鍵。



■市民在第十屆中國(長春)國際汽車博覽會中國一汽的展館內參觀紅旗轎車。 新華社



■鄧小平乘坐紅旗車閱兵。 資料圖片

紅旗車興衰史

- ★ 1958年8月：第一汽車製造廠成功試製中國第一輛高級轎車——紅旗轎車。
- ★ 1959年：紅旗成為國慶閱兵車。
- ★ 1964年：紅旗取代前蘇聯吉斯轎車，被定為國賓車。
- ★ 1981年5月14日：《人民日報》刊發紅旗轎車停產令：「紅旗高級小轎車因油耗較高，從今年6月起停止生產。」
- ★ 1983年：一汽參照奧迪100，開發擁有全部知識產權的新型「小紅旗」，走平民路線，但最終失敗。
- ★ 2006年：一汽推出紅旗HQ3，走商務車路線，因將日本車技術基因移植到國車中，最終敗陣。
- ★ 2012年4月：紅旗銳意復興，「十二五」投105億元研發產品，並借助政府採購振興品牌。

■資料來源：網易



■第一輛紅旗轎車。 資料圖片