



福特汽车：中国提速的最佳时机

谁也不能再说福特在中国步履缓慢。至少在上海车展上，福特汽车的实力将让这些曾经的轻视者哑口无言。

“动感”是福特汽车的代名词。此次上海车展上，福特再次以强大车型阵容参展：概念车 iosis X、刚刚在中国上市的福特 S-MAX 为代表的动感设计车型，甚至还有全新的中国新车也会揭开神秘面纱。

6个月前的巴黎车展上，福特 iosis X 首次发布，这一次将是其亚洲的首次亮相。届时，了解汽车的人会从车中揣测出福特汽车未来产品设计的方向。

全球首款完全混合动力的 SUV 车型——2008 福特翼虎混合动力车是福特汽车的另一个宝贝。Giugiaro 野马概念车则是一款有些惊艳的设想，它将美国和意大利风格的完美结合。

福特汽车中国副总裁许国桢表示，“我们还有很多新品，我真有点迫不及待地将这些宝贝呈现给大家。”

但福特汽车在中国最大宝贝是两个合资伙伴——长安汽车和江铃控股。撮合 2 个合作伙伴联姻后，福特汽车已经打造了一个沿江的福特中国体系：2 个商用车生产基地——分别处在重庆和南京的长安福特汽车工厂，1 个商用车基地——南昌的江铃汽车。至今年下半年，长安福特在南京和重庆工厂的总产能将扩充至 41 万辆，加上江铃汽车 13.6 万辆的产能，福特汽车中国总产能增至 54.6 万台。此时，正是福特汽车在中国提速的最佳时机。

信心十足的福特汽车中国董事长兼首席执行官程美玮表示，“我们希望成为中国市场的前 3 名，达到 10% 以上的市场占有率。”

至于何时福特中国才能达到这一目标呢？福特汽车并未对外透露，或许并不会让大家等待太久。但前有通用、大众，后来丰田，福特汽车中国这一战想必会更加激烈。

广汽集团：分兵作战上海车展

华南虎——广汽集团没有选择集团参展，此前曾传言的自主品牌亦不见亮相，而且旗下合资企业——广州丰田和广州本田正分兵作战。

广州丰田将一改以凯美瑞单一车型市场作战的阵势。与丰田汽车共同参展的广州丰田，无意中透露了下一步国产车型。丰田品牌 Yaris、Highlander、FJ Cruiser 三款车型均将亮相。其中，最快成为下一步国产车型的就是 Highlander。这款 SUV 车是进口车，在广州丰田的销售渠道内销售。而下一个被热烈欢迎的国产车型就是新威姿 Yaris。

广州本田则显得相对沉默，仅携雅阁、奥德赛、飞度和思迪等上市车型亮相。这多少与广州本田今年无多少亮眼的新车型有关。

车展表现并不惹眼，并不能掩盖广汽集团盈利状况蒸蒸日上的势头。2006 年，广汽集团的主营业务居全国汽车集团第 4 位。



世界拉力锦标赛
福特福克斯 RS 赛车



丰田汽车：首发车的盛会

上海车展上，你不会觉得丰田在中国慢一拍。展厅的面积和车型说明一切。

在 W4 号馆内，丰田汽车将占据 2500 平方米的展示面积。标榜“将以史上最强大阵容参展上海国际车展”的丰田出手阔绰——带着 31 款车出击，其中更有 3 辆丰田品牌的首发车：丰田品牌 Yaris、Highlander、FJ Cruiser。此外，丰田还带来 2 款新油电混合动力——豪华品牌 LEXUS 雷克萨斯 LS600h、GS450h。

在上海这样一个时尚之都，丰田汽车一点也没有放过宣传新车的机会。3 款车都是即将上市的，Yaris 是广州丰田第二款车型，将于 2008 年中期投产；一汽丰田的第十代

COROLLA 卡罗拉，将于今年中期上市；至于 SUV 车 Highlander，也已经在紧张地安排生产前的准备工作了。

与这些可能将在中国销售或已经在中国销售的车相比，丰田另 2 款车或许更能体现未来乐趣：像一个小机器人一样 TOYOTA i-swing、燃料电池混合动力车 Fine-T。

当 31 款车同时亮相时，丰田对中国市场的“图谋”立刻显示。丰田希望能够占据中国 10% 的市场份额。这也正是其欧美竞争对手几年前所担心的，“未来，在中国，以丰田汽车为首的日系车，将是欧美系汽车的最大对手。”

但谁能挡得住丰田的快速跃进呢？毕竟数据说明一切。



丰田 Highlander

2007 年一季度，丰田汽车在华销量汽车 10.3 万辆，较 2006 年同期增长 66%。

奇瑞汽车：巨头般豪华阵容

当小奇瑞汽车成长为中国小老虎时，每一次车展都成了它炫耀实力的舞台。

2006 年的北京车展上，带着三款概念车的奇瑞汽车迅速吸引了中外人士的眼球。半年之后，变本加厉的奇瑞汽车拿出了近 30 款车型，概念车、新车、核心技术各显身手。当然，其超豪华阵容也令人称奇：40 名车模、72 平方米的 LED 显示屏、30 款车（5 大系列）。这种跨国汽车集团才有的“豪华”阵容，终于被中国自主品牌拥有。

在奇瑞的 5 大系列车型包括炫酷概念车、畅享全新车、世界小车王、经典新车型、激情赛车组。但最代表奇瑞技术发展的当属炫酷概念车：“奇瑞 A2”有着 QQ 的浑圆设计和现代运动流线，它似乎昭示着奇瑞要闯进休闲跑车市场；高档五门两厢 SUV 的瑞虎 6；带着典型欧洲风格的奇瑞轿跑车 A6CC，配着折叠软顶敞篷。

而奇瑞汽车的另一代表作则是“东方之子燃料电池车”。在自主品牌轿车企业中，奇瑞汽车是少数几家拿出燃料电池车成果的。这或许显示了奇瑞汽车的另一个宏规规划。随着能源供应的紧张、对环保要求的提高，未来燃料电池车将是汽车发展的方向之一，也是中国车企超越跨国汽车技术的捷径。

常规途径行不通，就另寻他路，一直是奇瑞汽车取胜的法宝之一。

华晨汽车 A1 首发瞄准凯越



中华 A1，这款 3 年前规划的经济型车将是华晨未来发展的重点。它将不仅仅是一款新车，而且将开拓一个 A 级车的战略平台。A1 最初的代号是 M4，排在轿跑车 M3 之后。

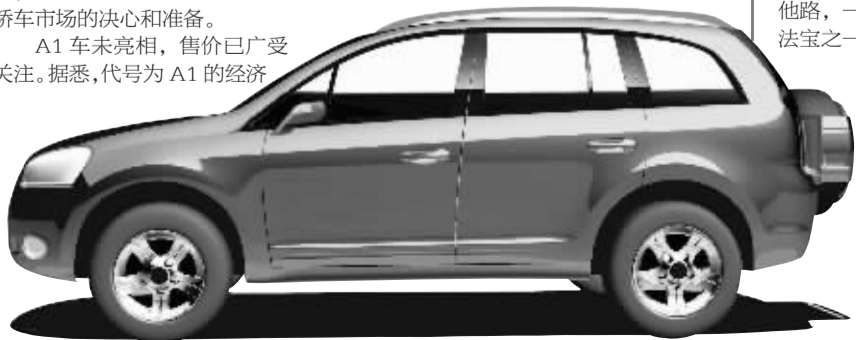
7 款乘用车、经济型轿车 A1，是此次华晨汽车集团的主推品种。这家国内前十大汽车集团中胆子最大的小弟弟，似乎没将上海车展上的豪门盛宴放在眼里。

7 款乘用车涵盖微轿、A 级轿车、B 级轿车，从自然吸气到涡轮增压的 7 款不同排量发动机。一个正在苏醒的东北小老虎急不可待展示其家底和实力。这个家底的意义绝非几款车，而是华晨集团在国内进军全系列轿车市场的决心和准备。

A1 车未亮相，售价已广受关注。据悉，代号为 A1 的经济

型轿车，目标直指国内主流 A 级车伊兰特、凯越等，价格定位 6 万元至 7 万元。当然，这并不是华晨董事长祁玉民的最后一次杀人敌人阵营。

A1 在华晨集团内部，不是一款车，而是一个战略平台——三厢、两厢、MPV、轿跑等车型都可能出现。正如祁玉民所说，“现在正在研发平台上投巨资，研发我们的 A 级车，更大众化，装载排量 1.2 升至 1.4 升、华晨生产的发动机的家庭将越来越多。华晨汽车的目标是将产品链条拉长延伸。”



奇瑞瑞虎 6 (概念车)