

一周车评

自主品牌:寒冬中魅力绽放

□本刊记者 李雨璐

在萧瑟的寒冬中,2012年即将收尾。今年,我国汽车行业进入低增速发展期。在这种形势下,自主品牌车企不约而同地选择了低调,但低调的表现不改其前行的方向。近日由J.D. Power亚太公司发布的2012年中国汽车性能、运行和设计研究SM(APEAL)报告(俗称汽车魅力指数报告)显示,自主品牌在汽车魅力指数方面大幅缩小了与国际品牌间的差距。

报告显示,自主品牌魅力指数平均得分为781分,创下了自主品牌历史新高。此外,自主品牌还在娱乐设备、导航系统以及座椅等几个大项上取得了明显进步,与去年相比提高了11分。驾驶性能以及发动机、变速系统等方面也取得了进步,与去年相比

提高了7分。

在此之前,自主品牌车企在今年广州车展上的低调表现,引得许多业内人士揣测——是否低迷的市场表现使得自主品牌集体沉默。但汽车魅力指数报告表明,本年度自主品牌表现其实并不逊色。

据了解,汽车魅力指数研究是指根据新车车主的评分来测评车主在2个~6个月用车期内对车辆性能和设计的满意度。汽车魅力测评涉及车辆10个类别的82个要素,包括外观、内部装饰、置物空间、娱乐设备、导航系统、座椅、空调系统、驾驶性能、发动机及变速系统、视野与行车安全、燃油经济性等。能够在如此繁多和严苛的标准中取得较好的成绩,证明了我国自主品牌汽车在核心技术、外观设计、人性化功能等多个方面有了显著提高。

回望中国汽车发展史,自主品牌车企从无到有,虽然成长道路曲折,但步伐坚实有力。我国自主品牌车企发展开始于1958年,当时由于技术和人才的限制,我国的汽车制造大部分依靠拷贝进口样车,但以一汽东风、红旗、上海凤凰等为代表的中国第一代自主品牌轿车是中国人心中的骄傲。后来随着1980年一汽红旗和1991年上海凤凰(后改名为上海牌)汽车的相继停产,我国第一代汽车自主品牌发展史由此中断。

20世纪90年代后期,在引进资金、招揽人才、技术创新等基础上,我国第二代自主品牌汽车开始大量涌现,华晨开发出中华汽车,奇瑞、吉利推出“中国人买得起的好车”……但在此后,我国自主品牌车企仍经历了一段较为曲折的发展历程。直到2004

年,随着我国鼓励汽车行业自主品牌、自主开发的政策出台,自主品牌车企进入高速发展时期。

从拷贝进口样车到自主开发,从确立自主品牌、自主知识产权到被越来越多消费者认可,随着时间的推移,自主品牌车企以其不懈的努力为我们带来越来越多的惊喜,在与外来品牌的激烈竞争中,寻找与之共存和自我生存的途径。

其实,笔者认为,我们不应该总是带着悲观的情绪看待自主品牌。没有世界汽车巨头百年的历史、没有雄厚的实力,我国自主品牌车企靠着中国汽车人一股拼劲儿和韧性,书写着自己的传奇。

与巨人赛跑,我国自主品牌并没有被落得太远,它虽然低调却不失魅力……我们期待明年自主品牌能继续带着这份魅力前行。

本期导读

11月,我国乘用车销量增速明显

.....▶ D02版

E-NCAP公布最新安全碰撞成绩

.....▶ D04版

汽车新概念折射车市风向

.....▶ D05版

汽车长期停驶小心发动机故障

.....▶ D07版

