各大汽车品牌中国市场
危中求变 变中存机

不同形式的商业运作模式层出不穷，彰显出汽车这个行业的创造力与旺盛生命力。这些创新的商业模式或发展模式，不仅在改变着汽车业的前景，也在改变着人们的生活，更在改变着中国汽车社会的进程。

墨守成规意味着落后与被动。纵观全球汽车产业，创新能力也正是各大跨国公司安身立命的根本。

本刊 综合

在今年年初，宝马公司将纯电动MINIE带入了中国，在北京和深圳进行了长达5个月的实路行驶测试。宝马不仅与中国电力系统交换了充电桩的应用技术，也初步了解了中国消费者在使用电动车过程中的驾驶习惯。或许这次路试并不代表宝马电动车会很快进入中国，但却向人们暗示：电动车随时会来。

大众汽车今年也因技术的先期投入而在中国市场上收获颇丰。据介绍，今年搭载TSI(涡轮增压汽油直喷发动机)+DSG(双离合自动变速箱)的系列车型在市场上供不应求。在国家发改委、工信部、财政部日前联合颁布第七批《节能产品惠民工程》节能汽车推广目录中，凭借TSI和DSG的应用，大众集团旗下大众品牌、斯柯达品牌共有13款产品入选，占所有节能车型的比例超过了四分之一。我们不能忽视3000元的补贴对于消费的刺激作用，正是这一补贴政策改变了相当一批消费者的购车选择。大众汽车依靠技术创新，仍将在家用车市场继续保持市场优势。

日产汽车在前不久的2011先进技术说明会上，将新研发的“全方位驾驶辅助系统”向公众展示出来。这套主要依靠雷达和摄像头的安全系统，包括前方碰撞预警、车道偏离预警、倒车碰撞预防、全景影像监控和盲点干预等部分，令驾驶员在道路上增加了很多必要的安全保障。据介绍，这些先进的技术将被运用于日产高端车型英菲尼迪上，以后逐步向日产的中端车延伸。这也意味着东风日产将最有可能引入这些“防患于未然”的先进技术，并将在产品力上更具优势。

与这些动辙有百年汽车制造史的汽车公司相比，中国的汽车业仍然年轻，只有创新才能加快我们追赶的步伐。我们所说的创新，也不再仅仅意味着新技术的开发或新产品的设计，而是适用于整个汽车产业链条的方方面面。

汽车经销商庞大集团携手青年汽车收购萨博，希望成为制造商的股东方从而增加话语权；在制造领域，一直单打独斗的长城汽车，今年先后与博世、博格华纳等零部件公司进行了合资，从事关键零部件的生产；华泰与马来西亚宝腾选择了技术合资的方式，投资成立全新的子公司运作海外市场。

不同形式的商业运作模式层出不穷，彰显出汽车这个行业的创造力与旺盛生命力。我们看到，这些创新的商业模式或发展模式，不仅在改变着汽车业的前景，也在改变着人们的生活，更在改变着中国汽车社会的进程。