

前三季度汽车进出口双收阳

根据最新的海关总署统计数据,今年前9个月全国汽车商品累计进出口总额高达450.44亿美元,其中出口总额明显高于进口,贸易顺差高达创纪录的68.26亿美元,同比增长213.68%。

进口数同比量增价降

今年前三季度我国汽车产品进口比去年同期明显增长。从金额看,汽车及其关键件、零附件进口金额为191.09亿美元,同比增长20.22%,其中汽车整车(包括成套散件)进口75.85亿美元,同比增长38.85%。日韩及欧美国家继续保持进口较高份额。

从数量看,今年前三季度,我国整车进口量为22.17万辆,同比增长35.41%。其中进口轿车9.95万辆,同比增长27.67%,

占汽车进口总量的45%,占汽车进口总额的47%。越野车进口9.94万辆,同比增长52.79%。

小型客车进口量与上年同比有所下降,但进口金额仍保持稳定增长。发动机、零部件等商品进口形势总体保持稳定。

越野车进口同比倍增

前三季度,在主要轿车进口品种中,2.5-3L及排量大于3L两大系列中高档品种,同比分别增长57.63%和52.68%,1-1.5L系列进口约3万辆,同比下降4.48%。

在越野车各进口品种中,1.5-2.5L系列增势不减,进口1.36万辆,同比增长1.1倍;2.5-3L以及3L以上系列分别进口3.37万辆和4.71万辆,同比分别增长33.54%和44.06%。柴油越

野车增幅更为显著,其中1.5-2.5L系列进口3109辆,同比增长近5倍;排量大于2.5L系列进口1135辆,同比增长超过6倍。

在发动机主要品种中,排量大于3L系列增幅显著,该系列进口1.47万辆,同比增长2.5倍;进口金额0.81亿美元,同比增长2.2倍。

出口创汇越野车出色

今年前三季度我国汽车产品出口比去年同期大幅增长,出口量及创汇额均超过去年全年。汽车及其关键件、零附件出口总额为259.35亿美元,同比增长43.52%;汽车整车(包括成套散件)出口47.93亿美元,同比增长116.89%。

前三季度汽车整车出口量达41.34万辆,同比增长63.86%。其中载货车和轿车出口分别达

到18.79万辆和12.48万辆,同比分别增长52.13%和85.29%;四驱越野车、特种车出口量也分别达到1.63万辆和0.93万辆,同比增长288.51%和186.80%。四驱越野车出口创汇前三季度同比增长高达259.64%。

在发动机主要出口品种中,除排量超过3L系列同比有所下降外,其他品种均呈现明显增长。另外,一些高技术附加值的汽车零部件出口商品也有良好表现。

出口创汇集中度提高

今年前三季度,在统计的近220余个出口国家和地区中,累计出口创汇超过1亿美元国家和地区共有44个,累计出口创汇258.37亿美元,占汽车商品出口创汇总额的89%。李永钧



10月29日,作为中国最大民营企业企业的“长城”,跨出了建厂以来最大的一步——启用产品新标识、20万辆轿车生产基地正式启动、嘉誉MPV和精灵轿车精彩亮相,一气呵成的三大精彩动作,宣告长城汽车从此跨入轿车时代。

长城汽车新标识在原有商标的基础上进行了三维立体设计。新标由两个对放字母“G”组成“W”造型,“GW”是长城汽车的英文简写。新标中间凸起的造型是古老烽火台的仰视形象,其顶角为90度,象形被正中边棱平均分割,挺立的姿态酷似“强有力的剑锋和箭头”,象征着长城汽车蒸蒸日上的活力。

在新标全球首发后,长城举行了长城精灵轿车和嘉誉MPV的新车下线仪式。长城汽车首款轿车产品——“长城精灵”小巧而灵秀,时尚而具活力。它作为长城汽车首款轿车产品,从设计研发到生产试验完全按照国际标准而进行,并历经3年研发改进。而嘉誉是长城汽车进军MPV领域的第一款车型。该车乘坐舒适,空间宽敞,其动力、油耗、空间、排放等行业中具有典范意义,2.0升的发动机配置更是填补了市场空缺。

同时,长城汽车20万辆乘用车基地也与当天正式投产,这使其综合产能达到了40万辆。按照规划,到2010年,长城用于整车和零部件研发、生产设施和基地建设的总投入将达到100亿元,综合产能达到50万辆。胡静

长城剑出鞘跃入轿车时代

将国产奔驰MPV 福建戴姆勒奠基

福建戴姆勒汽车工业有限公司工厂10月23日在福州举行了奠基仪式,该公司将生产梅赛德斯-奔驰MPV,参加中国高档MPV市场的竞争。

福建戴姆勒汽车工业有限公司总投资为2.08亿欧元,由福建省汽车工业集团有限公司与戴姆勒轻型汽车(香港)有限公司(该公司由德国戴姆勒与台湾中华汽车共同合资组建)以双方各占50%的股份共同合资组建而成。福建戴姆勒占地面积66万平方米,厂房用地33万平方米,厂房一期规划年产量为4万辆,初期导入产品包括梅赛德斯-奔驰的Viano多功能车,以及偏重商用、载客用途的Vito及Sprinter轻型客车,而随着产品线的丰富,二期也将达到年产6万辆的规模。

福建戴姆勒也应用梅赛德斯生产体系(MPS),以一系列的严格试验和检测,确保产品的最佳品质。同时也具有根据市场需求变化,调整产量和车型组合的灵活性,未来不排除导入更多款车型。

福建戴姆勒是戴姆勒乘用车方面在中国布局投下的最后一子,其生产的首款车型预计将于2009年年中上市,第二款产品预计将于2009年年底上市。目前戴姆勒东北亚在华的合资企业北京奔驰-戴姆勒·克莱斯勒汽车有限公司正在生产梅赛德斯-奔驰E级和克莱斯勒300C轿车,今年底还将开始生产梅赛德斯-奔驰C级和克莱斯勒铂锐轿车。戴姆勒东北亚也正在与北汽福田汽车股份有限公司合作,以向中国提供中大型和重型载重车产品和技术。刘朝晖

中期改款BMW 5系加长版上市

华晨宝马新BMW 5系长轴距版中期改款车型上周宣布上市。先期投放市场的两款车型分别是新BMW 530Li豪华型和新BMW 525Li豪华型,市场价格分别是人民币71.26万元和62.56万元,将于11月15日在全国宝马授权经销商开始销售。

专门针对中国客户的BMW 5系长轴距版轿车于2006年11月推出。随着2007年宝马集团完成了BMW 5系在全球的中期改款,华晨宝马也与此同步对BMW 5系长轴距版在外观、内饰和技术上进行全面的技术升级,进一步强化其在同级别最先进商务轿车中的领军地位。

中期改款后的新BMW 5系长轴距版搭载了世界上最轻的直列6缸镁铝合金发动机,也是同级别车型中全球首款配置电子换挡杆的车型。车身后外后视镜经过重新设计,并采用了更多LED(发光二极管)技术。功能配置上,新BMW 5系长轴距版为客户提供了后座娱乐系统,iDrive中央信息处理系统也进行了升级并配置了8个快捷键,新BMW 530Li豪华型还标准配备了舒适进入功能和Logic 7音响系统。

据悉,BMW 5系Li今年前9个月总共销售了12236辆,同比增长了53%,是同级别车型中增长最快的车型。刘朝晖

5人座新佳乐将登陆中国

韩国起亚汽车近日宣布,5人座新佳乐将在11月中旬登陆中国市场,其目标直指进口车在家庭MPV细分市场的缺口。

目前大部分进口MPV主要是商务车,针对家用MPV则很少,即使有进口家用MPV,也主要是7座为主,而5人座新佳乐恰恰填补了这块市场的空白。与7人座MPV相比,5人座在使用成本上也更经济,每年将节省不少养路费和过路、过桥费。而在保养、维

修等费用上,5人座也体现出成本优势,与家用轿车的使用成本相当。在安全性和舒适性上,5人座新佳乐也在国外的碰撞试验中,获得欧洲NACP五星级和美国SINACP五星级最高指数。

据了解,新佳乐今年1月登陆中国市场,其销售火爆,订购量持续上升,在不到半年的时间内就已经完成了全年的销售任务,更有些地区出现断货的情况。吉姆



永达汽车网荣膺“最受欢迎”奖

历经一个多月的调查,10万人参与投票和专家委员会严格甄选,永达汽车网(www.96818.com.cn)近日脱颖而出,获得了由每日经济新闻报发起的最佳汽车网站评选活动“最受欢迎汽车经销商网站”奖。这是上海汽车经销商首次获此殊荣,也代表了永达汽车在历经15年的发展后,在网络营销上所达到的全新高度。

永达汽车网创建于2000年9月,是沪上最大的汽车经销企业永达汽车旗下的专业汽车网站,它集企业文化和电子商务平台于一体,主要功能包括企业信息发布、在线购车预约、行业信息咨询、在线客服系统、俱乐部活动更新及学车、租车、修车、二手车咨询等,基本涵盖了汽车消费者所有的日常需求。

据介绍,永达汽车网最具特色和最受消费者好评的功能主要有三点:在线客服系统、360度网上展厅和在线预约服务。其在线客服系统,从2007年8月18日正式上线以来,客服中心已累计下发意向单近千张,成交百余单,可谓成果显著。

购买POLO快乐体验高尔夫

近日,从上海大众汽车上海地区经销商得知,10月22日至11月12日期间凡是购买POLO的车主,将会得到上海大众汽车送出的快乐高尔夫套餐一套,不仅有名牌球具,更有练习场免费挥杆600粒的机会,还能得到专业老师两节培训课时的指导。

与此同时,上海大众POLO车主快乐高尔夫比赛也在如火如荼的筹备过程中。所有得到快乐高尔夫套餐的用户,均能得到这个比赛机会。本次比赛会产生6名“快乐高尔夫大奖赛”全国总决赛的选手,在这一全部由业余选手参加的特殊高尔夫比赛中,一旦获胜,将有机会赢取价值近30万元的汽车大奖。

“周岁荣威”的精彩十役

当其他同类车型刚刚进入跑道的时候,上汽荣威750第二代睿雅版、周年版已经开始了第二圈的冲刺。回顾荣威一年来的历程,有甚多值得骄傲的精彩战役。

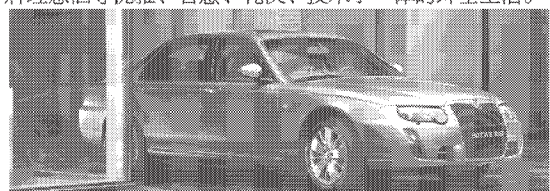
精彩战役一:品牌诞生,创新传塑经典。06年10月12日,上汽在全面吸收罗孚75技术核心的基础上,推出了中国汽车工业国际化品牌“荣威ROEWE”,其标识图案充分阐释了上海汽车自主创新信念。10月24日,首款产品荣威750正式亮相。

精彩战役二:价格公布,树立同级标杆。07年1月31日,荣威750三款产品的市场价格正式发布,这个定价着实使荣威750一举成为国内中高级轿车“高性价比”的典范。

精彩战役三:亮相车展,成为众人焦点。07年4月的上海车展,荣威超过1000平米的展台;七辆荣威750及概念车W2;全场最大的液晶电视墙等,使荣威成为世界各大媒体竞相报道的重点。

精彩战役四:牵手斯诺克,具象生活态度。07年8月12

日,荣威斯诺克上海大师赛圆满落幕。荣威此次牵手斯诺克,打开了业界体育营销的新思路,并具象诠释了荣威品牌理念:倡导优雅、智慧、礼仪、技术于一体的绅士生活。



精彩战役五:销量过万,价格依旧坚挺。07年8月10日,荣威750四个月销量累计超过10000辆。由此宣告以荣威750为代表的英系车,已成为中高级轿车市场的“第四极”,而荣威750的价格自上市以来在车市降价大潮中始终保持坚挺。

精彩战役六:引领“自主品牌万里行”。07年8月8日,中国自主品牌万里行正式启动,上汽荣威与其它国内

知名自主汽车厂商主打车型组成的混编车队先后经过10个省、3个直辖市、2个特别行政区,旨在展示中国汽车自主品牌发展成就。

精彩战役七:享誉海外,赢得世界注目。07年8月16日上海合作组织峰会在吉尔吉斯首都比什凯克举行。出使吉尔吉斯的30台荣威750,负责护卫迎送参加峰会的各国领导人。

精彩战役八:“3年8万公里”,承诺更见品质。07年9月3日,荣威750质量担保期升级为“3年或8万公里”,也因此成为目前国内中高级轿车市场上质量担保期最长的产品之一。

精彩战役九:“头文字R”,贵雅亦激情。07年9月20日开始,被荣威车主爱称为“头文字R”的“荣威驾控巅峰”在成都、北京、上海、广州相继上演。最终选拔出的8位荣威车主与国际特技表演大师Bruce Law共同挑战了汽车的机械极限。

精彩战役十:再发新车,满足市场需求。07年9月21日,荣威750i睿雅版隆重发布,延续了荣威家族“高性价比”的特征,也有效地丰富了荣威的产品线。