

汽车周刊



本报专版部主编 | 总第 655 期 | 2016 年 10 月 12 日 星期三 责任编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

今年“金九”车市为何成色足

车市去年9月“金九”不“金”，今年9月车市表现怎样？虽然中汽协《产销快讯》尚未发布，不过，从乘联会统计的9月乘用车企批零日报数据看，9月前三周的日均批零增速都在两位数，第四周也将维持前三周的走势。可见，今年“金九”车市成色十足。笔者以为，这是诸多因素综合作用的结果。

去年9月汽车市场低迷，同比生产下跌5.64%，销售微增2.08%。其中轿车产销跌进两位数负增泥淖，并累及乘用车（总体）生产下降6.03%，销售微增3.26%。多数乘用车型和商用车各类车型的销量及其增速，均处于或微增或负增的态势，

同比基数很低，这是今年9月车市强劲反弹的基础。

宏观经济调控多措并举，积极因素增多，新动能加快蓄积。工业增加值和利润回升，工业品出厂价格降幅大幅收窄。在宏观经济稳中向好大背景下，固定资产投资回稳，投向汽车制造业的投资，国资也好民营也罢，从年初的下滑转为小幅回升。百姓人均可支配收入增速高于人均GDP增速，可支配收入的增加，提升消费能力，刺激车市活跃，成为“金九”反弹的根基。

“车购税减半”年底结束，1.6升及以下乘用车市场，不乏潜能提前释放；取消二手车“限迁”、落实二手

车“便利”交易措施的城市，二手车价上扬，催发了置换更新市场；国庆长假小客车高速路免费通行，增加了自驾游乐趣的诱惑；放宽皮卡进城限制，拓展皮卡市场空间。多项政策叠加的利好效应，助力车市增添“金九”成色。

去年和前年，车市持续低迷，生产厂家和直销商家矛盾激化，突出反映在厂家向商家压货，包括压市场难消直销车型，经销商怨声四起。今年厂商矛盾趋于平静，他们的库存得到有效调整，8月商家库存系数降至难得的1.2，中外合资品牌和中国自主品牌库存系数都降至荣枯线（50%）之下。9月，生产厂家在“金

九”忙于补库，加速批发以确保供货，出现了难得的厂商批零两旺景象，这是厂商协同打入市场的一个良性成果。

在供给侧结构性改革中，几十款新车型入市，不仅品质好，而且“性价比”高，其中1.6升及以下排量车型尤为充足，低端价有宝骏1.2L，3.68—4.98万元；中端价的1.6或1.5（L或T），大多数在10万元上下左右的价位；也有较高价位的，如宝马3系新车1.5T、2.0T、3.0T，价格从28.8—68.4万元不等。扩大了多层次的有效供给，适应消费升级势能的持续释放，能吸引各层次消费需求者的眼睛。 特约撰稿 张伯顺

“爆款”荣威RX5是如何炼成的？

从今年4月北京车展亮相，随即变成“网红”，再到7月上市立刻成为“爆款”，上汽荣威RX5无疑是今年SUV市场里最为璀璨的亮色。9月27日，荣威RX5第25000辆在上汽临港基地正式下线，而这时市场订单已经突破了5万辆。平均每2分钟卖出1辆的荣威RX5带动上汽荣威以205%的增速一举成为8月增长最快的中国品牌。

作为全球首款量产互联网汽车，荣威RX5突破了合资SUV品牌15万元的价格封锁线，以全方位越级品质及诚意的价格定义了中国品牌SUV“品价比标杆”。究竟是什么因素，造就了荣威RX5的成功，上汽集团副总裁、上汽乘用车公司总经理王晓秋，上汽乘用车总工程师兼技术中心常务副主任张慧慧，上汽乘用车副总经理陶海龙在荣威RX5第25000辆下线仪式后的媒体专访中，阐释了RX5的成功之道。

王晓秋表示，上汽的造车一直非常“用心”：“从荣威RX5的开发和制造团队开始，所有产品都一定是我们自己也想买的。你要摸着良心去造车，将它当成作品来精雕细琢，而不是完成任务。我盯着这款新车



从早到晚地看一整天，仍然喜欢。”他说：“产品卖得好不好，最终在于产品的竞争力，炒作的东西毕竟是炒作的东西，路遥知马力。从整个产品设计、开发开始，就要做一个全面均衡的车，无论油耗、性能、造型、内饰、外饰、配置、性能，我们做到没有短板，这是最根本的。不止是这一款产品，未来所有的产品要求没有短板，任何一个短板都会影响销量。”

“用户为什么要买你的车，得给他一个充分的理由，要始终站在用

户的角度想。”在王晓秋的眼里，产品是根本，“你做产品的，想让别人掏钱购买，就要有吸引他的东西。我们永远围绕产品，围绕产品就是围绕用户来保证整个的效益。”

张慧慧介绍，上汽的自主品牌在这10年中，第一代产品解决了中国品牌“从无到有”的问题，而从荣威RX5开始，是第二代产品，要解决“从有到优”的问题。

“‘从有到优’的转变，就是指我们开发的每一款新产品都是自己真

正有购买冲动的产品，这是开发理念的革命性转变。只有这样，我们才能真正在每一个细节上精益求精，从用户体验的角度出发，思考怎样将它做得更好、更满足用户需求。”这是张慧慧认为荣威RX5上市后得到好评，成为爆款SUV的驱动因素。

陶海龙也说到，上汽的制造团队对品质有深刻的理解，在荣威RX5上，有很多设计是挑战工艺极限的，同时也是体现出上汽乘用车公司的工艺制造水准。在制造稳定性、制造工艺上，上汽已经突破了技术上的瓶颈。

“传播一个品牌，必须依靠高品质的产品，我们一直坚持着非常高的质量标准，即使是成本的原因，我们也毫不放松。因为我们都知道，一丝一毫的降低要求，都会砸了我们这个品牌。”陶海龙说。

王晓秋表示，对中国汽车来讲，要发展，要走出去，低价策略肯定行不通。“如果光靠配置，是不可能把品质提上来的，现在我们把这些高品质的东西弄上去，价格虽然会变高，可能暂时会吃点亏，但是用户总会体会到的，这对将来的发展是有好处的。” 阿晖

国庆长假快结束时，一则消息轰炸了朋友圈，市民徐某爆料称：“车王二手车，三天坑他26万”，文中叙述了他从车王“正规高价买来的二手车被随时定位和开走”，以及他与车王交涉时“饱受惊吓”、“愤怒”、“无可奈何”的全过程，“车子不翼而飞”、“三角合同”、“黑社会”等字眼吸人眼球，转发量、阅读量瞬间暴涨。但经过本刊调查后，发现此消息与事情本身有所出入。

今年2月29日，现年31岁的徐某与车王浦东店融资租赁了一台路虎揽胜，车价67.88万元，融资金额68.3778万元，并约定租赁期限24个月，每月租金金额28490.75元。但从3月份开始，徐某每次还款都有逾期情况，而且愈演愈烈，9月份逾期达22天。根据与徐某签订的《融资租赁合同》，车王工作人员开回了这辆车，全程视频拍摄并且报公安机关备案，在第一时间通知徐某。

另一方面，从车王店内监控视频以及电话录音来看，无论逾期催款、车王取回车辆，还是违约须承担的法律后果，徐某从头到尾都是知情的，并不是他所说的“车子说不见就不见”、“强买强卖”。10月3日在车王江桥店二楼大厅监控视频显示，当时徐某表示知晓并认同自己的违约事实，但仍未缴纳9月租金。

法律人士介绍，徐某与车王签订的是《融资租赁合同》，意味着车子并不是徐某高价“买”来的，从法律角度来说，车辆所有权属于车王而不是徐某，换言之，车王有权追回属于自己的车辆。车王所引入的融资租赁这一商业模式，突破传统二手车贷款的首付限制，从消费者角度而言，这是一件好事情，尤其是在资金周转吃紧的时候，但享受了便利，更应遵守合同，按合同办事。 姚琼

车王车主，合同面前你叫啥冤

布阵华东 德国宝沃底气足

9月29日，德国宝沃汽车亮相上海浦东国际车展，此次它带来了旗下极为热销的宽体智联SUV BX7全系车型以及经典老爷车Isabella。据了解，未来除BX7以外，BX5、BX6等全新车型都将逐步呈现在中国消费者面前。

同时，依据整体战略，宝沃正在积极地推进中国市场布局。目前，已经有124家经销商合作伙伴加盟宝沃汽车，其中在华东地区共有20家经销商，并计划在2017年内增至39家。

在这一节奏下，德国宝沃汽车在中国的底气越来越足。

虽然对于群雄争霸、竞争空前激烈的中国车市来说，宝沃品牌是“新鲜面孔”，但实际上，它创建于1919年，是一个有着近100年历史的老牌德国汽车品牌。在1961年以前，宝沃共

有超过100万辆汽车下线，领先奔驰、宝马等品牌率先进入了百万俱乐部，是德国豪华品牌中名副其实的销量之王。在投身赛车领域的阶段，宝沃经典车型共计打破51项赛事纪录，与保时捷并称“赛道双雄”。

如今，宝沃汽车凭借首款SUV BX7作为战略支点，正以2016年最大黑马的身份震撼中国汽车市场。据宝沃汽车（中国）有限公司执行副总裁陈威旭透露，4月份上市至今，BX7截至目前的订单数已经超过1.8万辆。这其中除了其传奇的德国品牌基因外，更多的还在于强大的产品力。

BX7基于全新BSP平台打

造，融合了德国的严谨工艺、先进技术及可靠性，其底盘经宝沃德国研发团队严苛调校，为用户提供精准灵活的操作性能和上佳的舒适性，并搭载了i-AWD智能全时四驱系统，可有效提升车辆过弯和经过湿滑路面时的安全系数。动力上，BX7搭载了2.0T发动机，拥有165kW最大功率及300Nm最大扭矩，配合日本爱信6速手自一体变速箱，使BX7在将德系动力性能优势发挥得淋漓尽致的时候，亦可达到7.9L的百公里综合油耗。

更为重要的是，宝沃汽车与时俱进，赋予了BX7另一核心品牌DNA，那就是“智能”。

宝沃为BX7特别装配了独创的B-Link智能互联系统，将驾驶者的知觉体验延伸至最大化，打造全新四维立体智联交互体验。

连续亮相成都车展和浦东车展的宝沃“九屏一云”服务平台，通过九屏，即TV终端、PC终端、手机终端、车机终端、销售终端、售后服务、生产终端、呼叫终端、总监控终端的智能联动，实践数字化B2C，带领用户快速进入更智能、更互联、更生态的大数据车生活时代，最终实现以用户为中心的智能用车生态服务，展现了宝沃在智能化领域的强劲实力以及进军全球领先汽车品牌阵营的决心。

