

有底气，多家车企调高目标

7.8月来,传媒上先后传出多家车企调整今年企业销售目标,并非去年那样调低,而是积极向上调高。笔者以为原因无非两个:一是上半年销售同比和完成率亮丽,增加了调高的信心;二是相对于去年底今年初确定的目标慎之又慎,如今有了调高的底气。

汽车市场特别依赖于政策支持、宏观经济环境改善和市场自身规律三大机遇。这对每个涉市车企都是公平和均等的,调高今年销量目标的车企,或许抓住了三大机遇或机遇之一二,赢得了市场,抢得了“蛋糕”。

依赖于国家政策支撑

汽车尤其乘用车市场的好转,起自去年四季度,中央政府自10月1日开始实行1.6升及以下排量乘用车购置税减半政策。1.6升及以下排量乘用车,全年销售1450.86万辆,其中10-12月销售464.49万辆,四季度较前三个季度高出45.23万

辆。仅就车购税“减半”一项政策,去年第四季度就多销1.6升及以下排量乘用车135.69万辆;今年该项政策红利进一步释放,市场效果远超去年。按政策规定,“减半”至年底结束,下半年特别是四季度,“时限”的刺激,将提振乘用车需求爆发性增长,也是预料中之事。

与宏观经济环境相关

今年是“十三五”开局之年,虽然经济下行压力依旧存在,但消费结构的持续改进,消费需求对GDP的拉动不断增强;供给侧的结构性改革,扩大了市场有效需求;大众创业万众创新“两创”的不断深入,吸纳更多的就业岗位,居民尤其高校历届就业青年、社区服务人员以及众多白领蓝领群体收入呈现较快增长,孕育了汽车新增现实需求、换车需求、成长着的潜在需求。至今年6月底,私人小客车已占全国小客车保有量(1.47亿辆)的94.7%。汽车驾驶人2.96亿人,

半年新领证汽车驾驶人1500万人。

车市发展规律起作用

实证显示,乘用车内需增速大体是GDP的1-1.3倍左右。今年上半年GDP增长6.7%,同期乘用车销售1104.23万辆,增长9.23%,回归到正常的相关比例。至少到2020年,我国乘用车需求仍将处于较为快速的发展期,依人口分布和国土利用率等国情,千人保有量接近韩国(370辆/千人),可能是个比较现实的方案。据千人汽车保有量水平与汽车报废更新率推测,我国汽车年需求上限3500万辆左右,存在较大的市场发展空间。乘用车型需求结构也在深刻变化,轿车和微客增速趋缓,同比下降,而SUV和SUV需求增速加快,促使有的轿车转型SUV,有的微客升级MPV,这是市场内在规律作用的结果。顺需求变化而调整车型结构,车企就有生命力,就有前途。

张伯顺



独领一派有惊喜 ——试驾广汽本田新凌派

算来凌派已经上市三年了,这些年,凭借出色的产品力,它已成为广汽本田的当家车型之一,累计销量超过40万辆,不负广汽本田第二次腾飞的重托。前不久,凌派推出了升级版车型,除外观更具魄力外,其变速箱也升级为本田自主研发的CVT。这次升级会有怎样的惊喜,本刊在宁波东钱湖畔试驾了这款新车。

初看外观,新凌派造型更加霸气凌厉,它采用源自“Cool Dragon”力量美学的设计概念,造型明锐犀利,独有的刀锋式双腰线加上充满动感的铝合金轮毂、后运动式保险杠,有蓄势待发之感。车身颜色上,新凌派新增了深受年轻人喜爱的香槟雅金车身色,紧跟时尚潮流。

坐进车内,新凌派给人的感觉依旧是宽敞,它的内饰变化并不算大,仍然是黑色和米色两种内饰风格可选。不过厂家听取了消费者的意见,将老款中控台上的高光装饰面板升级为亚光材质,更具豪华感。此外,新凌派的车联系统集成

了蓝牙电话、音响、车辆信息等功能,并在原来只有Android连接的基础上,增加iPhone机型的连接。在安全配置方面,新凌派增加了盲点显示系统,并线时可以避免盲区带来的危险。

广汽本田新凌派最大的“新”,在于改装了最新的CVT变速箱,它使用了Honda独创的“G-design Shift”技术,全新设计的高强度传动带,以更宽的变速比实现高效率的动力传输,充分展现CVT平顺的变速表现。新凌派依然使用1.8L i-VTEC自然吸气发动机,最大功率为100kW/6500rpm,最大扭矩为169Nm/4300rpm。

试驾过程中,广汽本田新凌派给人的感受是转向轻盈,油门和刹车也很轻。CVT变速箱与动力的匹配调教得很成熟,加速更快,有爆发力,换挡时感受不到丝毫顿挫感。悬挂的调校依然偏软一些,在保证舒适的同时,过弯的侧倾也控制得不错。配合新增的自动启停系统,CVT车型的油耗仅为百公里6.2L。

姚琼

全新大众途安L新增六座版



今年北京车展首次亮相以来,上海大众全新途安L六座版便吸引了摩登家庭的广泛关注。近日,全新途安L六座版正式上市,进一步扩充了途安品牌的产品阵容。

六座版车型采用“2+2+2”的座椅结构,保留了三排座椅的格局设计,第二排座椅由三座改为两座,中间留出中央走道。途安L六座版车型的第二排座椅上还新增有独立扶手,可通过扶手下方的旋钮,轻松调整扶手高度以适应自身对舒适度的需要。

捷升

潮派座驾 触手可及 全新蓝鸟为年轻人专属打造

当代年轻人在选车的时候不愿意随波逐流,他们更倾向于那些外形炫酷、时尚的领潮座驾。但是目前汽车市场中可供选择的潮车动辄就几十上百万的价格,比如说奥迪TT、宝马M系、奔驰SLK、保时捷Cayman等车型,就让很多年轻人只能望洋兴叹。

年轻·领潮

而从全新蓝鸟的定价策略来看,它作为一款专门为年轻人打造的领潮座驾,并不是走“小众”路线,10.59万-14.39万元的官方售价让年轻人触手可及,确实是广大年轻消费者能够支付得起的潮牌座驾。

纵观目前主打潮流的车型,由于价格过高的缘故,始终局限于比较小众的范围之内,可全新蓝鸟的上市打破了这样的局面,它以平民潮牌的身份现世,意图与广大年轻消费者一起联手打造新时代的

潮流盛世,并成为年轻人的表达方式。

可以说,全新蓝鸟在外观设计、审美趣味、车型定位等处均以引领时尚年轻为风向标,并以独特的产品价值很好地切入了年轻消费市场。从某种程度上来讲,全新蓝鸟不仅重新定义了中級车的价值和审美取向,更是塑造了一个全新格局,引领潮流座驾的发展趋势。

运动·活力

就产品本身而言,全新蓝鸟基于“All in YOUNG”理念打造,的确是专门为都市活力年轻人量身定做的潮派座驾。其整车设计风格基本上沿袭了Friend-Me概念车大部分元



素,并且保持了蓝鸟·

印象概念车中的所有特点,V-MOTION家族式前脸设计灵动夺目,全车锐利的线条给人以肌肉感和力量感,双色车身和悬浮式车顶的设计,也更加符合当下国内年轻一代消费群体对于未来感的喜好。

此外,全新蓝鸟的内饰设计以运动范为主题,尽显潮流气息。其红色装饰纹理的加入和配备的三辐平底方向盘带来了强烈的运动气息,7英寸彩色中控触控屏、智能手机互联系统等科技配置也能够满足当下年轻人对于网络多媒体生活的需求。

作为贯彻东风日产“年轻化战略”的首款车型,全新蓝鸟不仅坐拥潮酷产品力,而且更难能可贵的是以年轻人能够支付得起的价格出售,同时在油耗、维修保养等车辆养护方面的成本也很低,的确是定义了众多年轻消费者专属的潮派座驾,堪称汽车市场中的弄潮儿。

东风标致4008成都车展全球首发

瞄准中级SUV市场的东风标致4008将在2016成都车展进行全球首秀,并计划于今年11月正式上市。

东风标致4008采用标致全球新一代设计风格,车身前半部分看起来更加运动、年轻。车尾则采用了标致辨识度很高的设计风格,贯穿式的黑色饰板将两侧的狮爪

尾灯相连,在熏黑的衬底下显得格外耀眼。

在车身尺寸方面,东风标致4008的轴距更是达到2730mm,其所带来的大空间,更是超越同级竞品。动力总成方面,东风标致4008采用了“T+G”黄金组合,搭载1.6THP、1.8THP发动机,以强劲动力与经济燃油的完美平

衡,站在高效动力的前沿。除此之外,Grip Control多路况适应系统,可以根据不同道路路况智能匹配,使驾驶者应对复杂路况轻松自如,尽享SUV独有的驾驶乐趣。

另外,东风标致另一款重量级车型新一代308将在成都车展发布预售价格,并将于9月底正式上市。

东风风行菱智销量突破60万

东风风行日前在苏州隆重举办了面向60万菱智车主的“菱智与你 荣耀同行”用户答谢会。目前,东风风行菱智车型累计销量已突破60万辆,并助力东风风行成功打造由菱智、风行F600、风行CM7组成的低中高全覆盖的“商务车世家”。当天,东风风行宣布“菱智之星”评选活动

正式启动,全新升级换代产品——菱智F500,将在下月的成都车展亮相。

从2001年推出我国第一辆自主品牌MPV菱智开始,东风风行便致力于将自主MPV的发展与中国国情紧密结合,不断升级产品品质。如今的菱智已发展成由菱智V3、菱智M3和菱智M5组成

的菱智家族,售价区间4.99万-9.99万元,充分满足了不同消费者的需求。

值得关注的是,菱智全新升级换代产品——菱智F500,年内便可上市。新车将对外观和内饰进行较大改动和再次升级。这意味着,菱智在冲击下一个60万辆的道路上已经全新启程。

林夏

