

本报记者蹲点上海车展一周,热现场背后有冷思考——

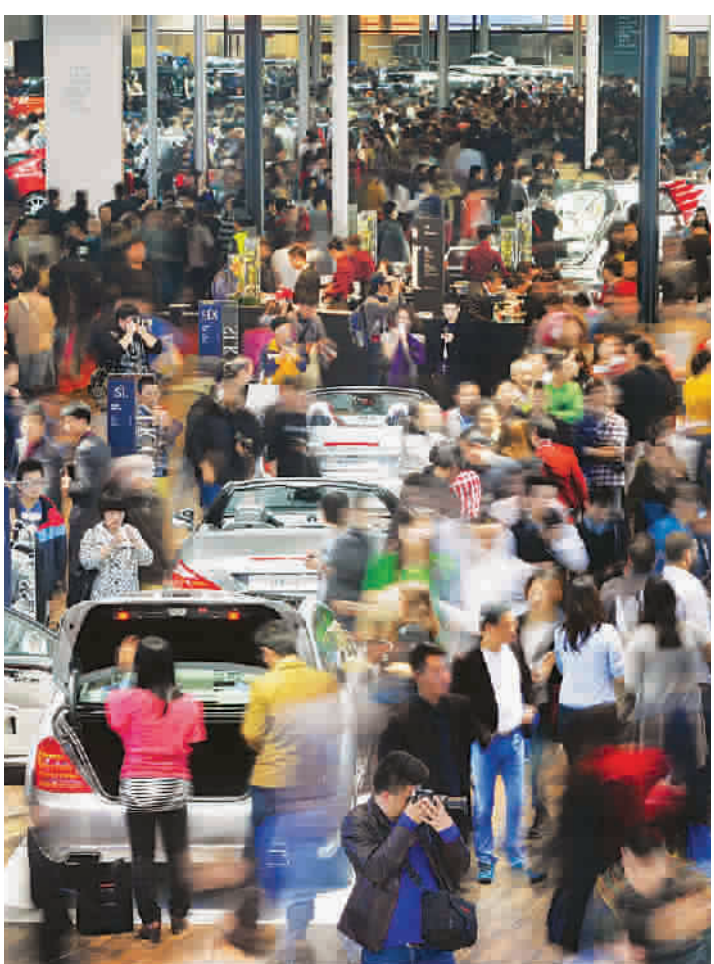
自主品牌 逆势“突围”三大挑战



本报记者 胡晓晶

继上周日开幕首日创下 15.2 万人次的单日峰值后,2013 上海车展明天预计又将引来新一轮“大客流”。作为中国有史以来最大的一次车展,今年的上海车展吸引了 18 个国家和地区近 2000 家厂商参展,展出整车约 1300 辆,其中全球首发车 111 辆。

人气爆棚,自然让各大参展商更有信心,因为人旺才会市旺。本报记者现场蹲点一周,发现国产自主品牌惊艳亮相背后,不得不面对现实的三大挑战——



■ 本周末,上海车展这样的人流拥挤场面或将再现 本报记者 陈梦泽 摄

首发车“撞脸” 产能多过剩

据主办方介绍,国内六大汽车集团全部参加本届车展,自主品牌展览规模刷新历史纪录;111 辆全球首发车中 28 辆来自跨国公司,余下全是自主品牌。

自主品牌虽然声势浩大,然而记者现场比较下来,竟发现“撞脸”车还不只一款两款:两厢中华 H220 的“屁股”好像宝马 1 系;力帆 330 内饰仪表盘学 MINI 的经典炮筒装;“城市 SUV”永源猎鹰,前脸就像奥迪 Q5……这样的“大咖秀”(明星模仿秀),也让老外表示“看不懂”。德国汽车专刊《auto motor und sport》的记者到上海车展实地探营,发现奔驰、宝马,许多中国自主品牌正在推出自己的 SUV、敞篷车和跑车,但这些“中国造”首发车尚难成国际关注焦点,有些甚至还“不好说”。

此外,合资企业做自主品牌,这股风潮也刮到了上海车展。这次除了广汽本田的理念等老合资自主品牌有更新外,还有长安福特、保时捷、一汽丰田的朗世、东风悦达起亚的华骐等新的合资自主品牌亮相。

然而,一个无法回避的事实是:自主品牌产能过剩的情况也较合资品牌更为严重。在 2010 年刺激政策的影响下,自主品牌汽车的产能由 582 万辆激增至 1024 万辆;但实际上,2012 年自主品牌汽车销量仅为 649 万辆,产能利用率不到 60%。

纯电“新能源” 叫好不叫座

宝马 i3 电动概念车、朗逸电动概念车、上汽荣威 E50、赛欧 SPRINCO……新能源车给车展带来“新绿”。但相比往年,今年“绿意”有所降温,甚至呈现出“外热内冷”的局面。

本届上海车展只有 91 辆新能源汽车,虽然比上届的 86 辆略多,但所占比例仍然仅为 7%。“以往车展上新能源汽车的展出商多为本土车企,此番跨国公司新能源汽车展出数量却超越本土企业。”中国贸促会汽车分会会长王侠表示,本届上海车展国内车企展出的新能源车 35 辆,大大低于外资品牌。

“电池重量高、续航里程短、充电时间长、电池回收难、基础设施不配套……在一系列

重大问题没有革命性突破之前,纯电私家车仍然只会是叫好不叫座”。有关专家承认,虽然相关部门对电动车的支持力度很大,部分企业也热情高涨,但电动车产业的发展进程依然不尽如人意,最根本的表现还在于市场不认账、消费者不买账。2012 年,全国共售出电动汽车(含纯电动汽车、插电式混合动力车)12791 辆,在全年 1800 多万辆的新车市场中,只占总销量的 0.7%。

如今,“新能源车能让本土企业弯道超车”的盲目乐观论,已在现实面前逐渐淡化。针对市场和消费需求的预判,除了最早做混合动力车型的丰田之外,这次上汽展台上力推荣威新 750Hybrid 和荣威 550 插电式混合动力轿车,奔驰推一款混合动力概念车,本田等也有多款混合动力车型。目前,混合动力汽车这类过渡性产品依然有其一定的市场。

低端到高端 发展必经路

车展期间,通用汽车宣布未来三年内要把中国产能提高 30%,增加 4 个工厂和 6000 名工人,使通用在华产能提高到 500 万辆,相当于其 2012 年全球产量的一半有余;而克莱斯勒则表示,希望从明年开始,在中国生产原汁原味的 Jeep 品牌车。这些都反映出跨国巨头们不愿放弃全球汽车利润最丰厚的一大市场——中国,他们已准备好在“减速慢行”的中国车市里展开新一轮竞争。

在现场,不只是记者,对于一些有购车计划的观众而言,他们也表示已经关注到了自主品牌阵营正在不断扩大,比如:上汽大通首发的 V80 车型,着力打造“移动商务平台”的概念,配备了车载移动互联网;新一代“全数字化轿车”荣威 550,则将部分原来只在豪华车上出现的高配变成了中级车的标配,包括同级车上未见过的 Start-Stop 数字智能启停节能系统等豪华配置……

据中汽协统计,今年一季度中国自主品牌乘用车共销售 191 万辆,同比增长 18.3%。但王侠在 2013 上海车展高峰论坛上直言:“中国的自主品牌未来仍然扑朔迷离!”从低端起步向中高端提升,是中国汽车自主品牌发展的必经之路。

【焦点关注】

国内车市进入微增长 车价或面临下行压力

作为中国车市的年度风向标,2013 年上海车展让人对今年的中国车市充满遐想。对于接下来的车市走向,各路专家在现场接受记者采访时却纷纷出言谨慎。

车市 还在增长但增速放缓

专家普遍认为,在经历了多年高速增长后,中国车市将进入微增长时代。目前,中国汽车市场已经站在了接近 2000 万辆的高台上,要想“节节高”却绝非易事。国家信息中心信息资源部主任徐长明在车展期间指出,未来中国汽车需求固然会保持增长,但增长率会比过去 10 年要下降 20 个百分点。

他说,从日本、韩国以及中国的汽车发展史来看,每个国家都有两个增长时期:第一个时期是高速增长期,大概 5 年左右,日本这 5 年销量的平均增速为 35.8%,而中国 2001 年至 2008 年销量平均增速为 30.4%;第二个时期是平稳快速增长期,日本这段时期的销量年均增速为 22.2%,韩国是 20%。徐长明预计,中国这一时期将从 2009 年持续到 2023 年,年均增速在 13%到 15%之间。

车价 利好政策助车价走低

车展期间,针对全国 36 个大中城市监测显示:3 月份国产汽车价格比上月下降 0.38%,比去年同期价格上涨 0.44%。其中,基本型乘用车价格环比 2 月份下降了 0.63%,比去年同期的价格上涨了 1.28%;运动型乘用车的价格,环比上涨 0.27%,比去年同期价格上涨 2.34%。随着众多企业新增产能的陆续释放,大量新款与改款车型的集中上市,整个车市的价格体系或将面临持续下行压力。

“虽然车市增速放缓已是大势所趋,不过预计今年鼓励消费、刺激需求的利好政策,应该会比 2012 年有所增加,汽车行业也会因此受益。”国家发改委价格监测中心首席汽车分析师程晓东表示。

来自中汽协的数据显示,2012 年 SUV 销量 201.45 万辆,同比增长 22.7%;今年 1 至 3 月,SUV 增速高达 40%以上。中汽协常务副会长兼秘书长董扬认为,未来中国 SUV 市场需求依旧强劲,SUV 会是“跑赢”整个乘用车车市的新锐车型。

VIDAA 极简电视来了 五一看海信 智“惠”再升级

智慧升级 价保五一

本次活动由海信电视总部统一组织,让利空前。自4月26日起,全国消费者可以更低价格购买到目前市场上最新最具体验性的智能电视产品。海信上海分公司也整合各种优势资源,联合上海各大家电卖场,开展大型促销活动。

新品首发 智能升级 购买海信55吋、47吋 VIDAA TV即可获赠豪华音响一套; 智能普及 畅享好礼 购海信指定型号智能电视即可获赠无线键鼠、智能礼包等精美礼品; 套购优惠 惊喜不停 购海信集团旗下海信、科龙、容声两个及以上品类产品即可获赠等级大礼; 5.1特惠 限量抢购 32吋至尊蓝光LED 补贴价 1399元; 50吋网络3D LED 补贴价4499元。

活动热线: 021-61177313 活动时间: 2013.4.26-2013.5.5 活动地点: 上海各大家电卖场

海信发布全球 最快智能电视

4月17日,全球操作速度目前最快的智能电视VIDAA TV在北京发布。调查数据显示,八成以上(85.2%)消费者认为理想的智能电视要简单易用、运行流畅。VIDAA 源于西班牙语,是生活的意思,作为一款“生活电视”,VIDAA TV在更大程度上满足了消费者对理想智能电视的要求。VIDAA TV采用了无主页设计,开机直接看电视。开发了仅为普通遥控器三分之一大小,“能揣进口袋”的遥控器,四个按键分别对应直播电视、点播视频、媒体中心、智能应用,四大功能均实现一键直达,将此前智能电视繁杂的操作简化到了极致。

38处微创新 只为让您更简单

160人的团队、400多个日夜、38处微创新成就了这些带有快感的体验。而这些藏着一些小性格、小体贴的革新却是彩电厂商的一次自我救赎。如瀑布流式的换台方式迎合了年轻人炫酷的感觉,小巧的纺锤形遥控器设计让常用的按键永远都在拇指控制范围之内,网络视频的断点记忆功能、媒体中心图片的自动检索分类及隐私保护功能,都让这台电视充满着懂你的小智慧。

Hisense 海信 VIDAA 5.1特惠 限量抢购 五一看海信 智惠再升级

VIDAA TV全球火热抢购

新品首发 智能升级 畅享好礼 套购优惠 5.1特惠