汽车周刊

本报事业发展部主编 | 总第574期 | 2015年2月11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

2015车企目标:冰火两重天

最近各车企2015年销售计划陆续出炉,为新一年目标开始努力。面对着复杂多变的2015年市场,一些车企低调制订较为保守的销量目标,另一些车企则制定了高于行业增幅的跃进计划,真是应了"冰火两重天"那句老话。

"自主"愈挫愈勇

从目前公布的各自主品牌车企2015年的销量目标来看,对自身的销量增长预期普遍高于合资车企。在市场增幅持续放缓的背景下,依旧雄心勃勃。奇瑞国内市场的目标为40万辆以上,比2014年35万辆的实际销量增长14.29%;长城目标85万辆,比2014年73.08万辆的实际销量增长16%;吉利目标定在45万辆,比去年41万辆实际销量增长9.8%;广汽传祺2015年目标为16万辆,相比2014年的11.68万辆,同比增长36.99%;众泰2015年目标20万辆,比2014年全年销量16.6万辆增长20.48%;而江淮更是将目标定在30万辆,目标增幅高达53.29%;东风柳汽也较为大胆,2015年销量目标锁定35万辆,目标激增52.2%。

如此普遍的高目标增幅,在历年的自主品牌车企长期目标销量中并不鲜见,不过近几年的实际销量却一直不甚理想。各自主车企的"愈挫愈勇"勇气可嘉,但如何在今年实现逆势增长,显然是一大考验。

其实,"坐着赚钱"的时代已经过去,面对纷繁复杂、竞争异常激烈的市场,自主车企中也不乏稳健者。上汽乘用车今年目标24万辆,相比去年下降9.23%。先前欲在2015年实现产销中国第一目标的比亚迪,却迟迟没有透露2015年目标;显然之前"激进"造成的苦果,使其今年不愿重蹈覆辙。

"合资"谨慎前行

相比自主车企的预期高增长,合资车企普遍趋于保守。去年夺得乘用车销量桂冠的一汽-大众,今年产销目标定位在185万辆,相对去年178.09万辆的成绩,仅增长3.88%;今年上海大众的目标是希望超过190万辆,并力争达到200万辆的销量,增幅约为10.1%;上海通用今年目标190万辆,同比增长7.9%;东风悦达起亚也将目标瞄准74万辆,增幅16%;而神龙汽车在2014年同比增幅25%的基础上,2015年的目标增长率也低调地定在13.6%,目标为80万辆,其中东风雪铁龙35万辆,东风标致45万辆;一汽马自达今年目标11.6万辆,去年10.25万辆,同比增长13.2%。上汽通用五菱目标190万辆,增长仅5.2%,而2014年同比增长为12.83%;

从部分合资车企公布的2015年销量增幅目标来看,与上年相比,腰斩的不在少数。数据显示,北京现代在2014年完成了112万辆的销量,同比增长8.6%,2015年销量目标为116万辆,目标增长率为3.5%。丰田汽车2014年销量103万辆,同比增长12.5%,2015年目标销量为110万辆,同比增长6.8%。华晨宝马今年目标增长15%,而去年实际销量增速为35%。按照原先规划,2015年东风雪铁龙的销量目标是要突破40万辆,而现在的目标比原先缩水5万辆。东风日产2015年销量目标是100万辆,比2014年还降低了10万辆。

由于产能释放和新车型推出,长安铃木2015年目标定在21万辆,增幅27.27%;长安福特2015年目标100万辆,增幅25%;长安马自达2015年目标15万辆,较去年的10.45万辆,增幅近50%。

"稳增长"是主流

"从各大汽车企业公布的2015年销售目标增长率来看,稳增长是主流,基本符合协会对2015年整个汽车行业平均7%增长率的预期。"中国汽车工业协会副秘书长师建华如是表示。中汽协预测,2015年中国汽车全年销量为2513万辆,增速为7%左右。相比于2014年,今年汽车全年销量有望保持稳定的增长。一方面汽车刚性需求依然存在,公车改革和黄标车的淘汰将增加汽车市场的需求,政策环境也将进一步促进新能源车的增长。另一方面,部分地区的限购政策将对汽车市场的健康发展产生影响。今年在宏观经济继续处于调整结构、提升效率的背景下,受GDP增速缓中趋稳的影响,汽车市场随之也进入到了一个相对稳定的增长阶段,在不出现较大刺激政策前提下,我国汽车市场预计将维持平稳的增长水平。

其实,车企增幅放缓包含两层含义,一是销售总量依然要增加;二是销量上涨幅度预期较前些年有所降低。在增长放缓的背后,则是车企不断重整产品结构,提升品牌溢价的调整过程,在我国车市告别两位数的高速飙升之后,车企也将借此进入深化调整及品牌升级的全新阶段。

企业"八仙过海"

在多数车企看来,放缓2015年的销量增幅,是调整品牌发展战略的必要选择。一汽-大众去年经历了速腾断轴事件及反腐风暴,今年的核心方向无疑是品质的持续提升。从公开信息看,一汽-大众的目标是五年后产量300万辆,而2015年不是一汽-大众的产品大年。这正是整个高层抓品质的好时机。只有扎实提升了品质的管理水平,未来300万辆产量的目标才是可持续的。上海大众去年放弃追第一的目标,对生产线进行改造,为的就是2015年的全力以赴。今年众多的换代产品接踵投放,将考验上海大众的大众和斯柯达团队的市场节奏把控能力。

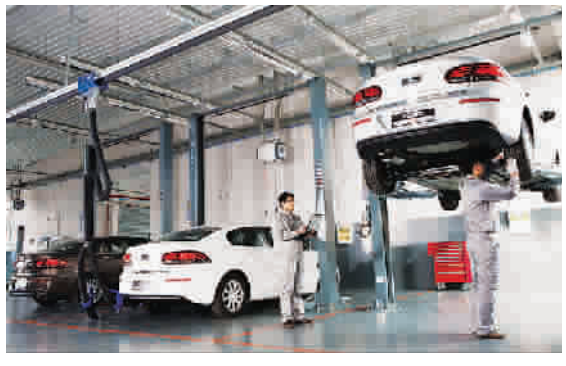
2015年也是上海通用产品的投放大年,而且2014年下半年投放的昂科威,今年也正是上量的一年。今年在强大技术提升的支持下,主要目标就是如何让自己和经销商的盈利性再进一步得到改善。对于同时启动第四、第五工厂建设的北京现代来说,虽然今年116万辆的目标略显保守,但北京现代"D+S"(中高端车型+SUV)占比2009年只有15%,今年将提升至50%,这代表北京现代的品牌溢价能力,这对于近年发展迅猛的北京现代十分必要。

去年东风日产出师不利,今年目标显然是想扭转困局。能否通过内部组织的再次优化调整,释放更强的创新能力将是考验关键。另外,美系、法系等品牌在过去的几年中经历了高速发展的追赶期,今年提升品牌溢价能力正成为更关键的任务。 **雍君**

回家过年,以最好的样子

观致逸云一键预约冬季保养

春节就要到了,比起春运的"一票难求",很多人是不是决定自驾回家了呢?为了确保春节自驾的车况,忙里偷闲的你也是时候给爱车做个全车保养啦。今天我们就来分享一些关于观致汽车的预约保养及冬季自驾出行前车辆检查的注意事项。



观致逸云一键预约

在说保养注意事项之前,不得不先说说观致售后保养的"一键预约"神器——观致逸云TM。以观致逸云TM手机APP上的"预约保养"为例,车主从保养内容、经销商、接待人员都能进行个性化的选择,预约后系统会自动登记,同时对应的4S店售后人员会第一时间联系你确认信息。当然,你也可以通过观致逸云TM官网预约,一样简单。除了预约功能外,保养时车载电脑会将保养数据同步到观致逸云TM官网及APP上。

冬季保养要全面

首先保养的内容就是机油。在北方地区,机油型号如果不对,很可能机油被冻住,导致无法实现润滑和降温的效果。同时机油使用时间较长,效果也会急剧下降,不做定期更换的话无法形成对发动机的保护作用。观致3五门版的1.6T涡轮增压发动机动力很足,油耗也挺让人满意,添加好一点的机油也是对它最好的呵护了。

其次是检查防冻液。据调查,全球50%以上的汽车发动机故障来源于冷却系统。冬天气温低,对防冻液的冰点要求更高,使用过久的防冻液需要定期检查,如果发现防冻液内出现悬浮物,沉淀物或变质、变色应及时更换并清洗系统。

轮胎的保养也不容忽视。观致3五门版的轮胎是同级别中最好的马牌MC5轮胎,刹车制动盘带自动清洁功能,通常只有豪华品牌高大上车型才会用到。长途出行前最好先检查轮胎的磨损情况,如果磨损程度比较严重,就需要换轮胎了;其次要进行胎压检测,保证四轮胎压相同;最后要记得清理胎纹内夹杂的异物,尽量不要使用补过一次以上的轮胎。而且千万记住备胎也要做好检查,不要路上换胎时候才发现备胎出问题了。

冬天不要忘记检查一下空调系统是否需要清洁,有没有堵塞积水的现象。暖风系统是冬天必备的,如果一段时间不开车,要检查下风机运转有木有异响、堵塞的情况,如果暖风系统有问题,也会让冬天自驾变得非常糟心。观致3五门版采用双区独立控制自动恒温空调,带后排空调出风口。越是高级的空调越需要好好养护。

除了以上提到的四点,对制动液、雨刮器等的保养也很重要,有条件的车主还可以给爱车打蜡,这里就不一一列举了。做好这些准备工作,回家的幸福之路才能越走越顺。

二手车交易突破600万超预期

我国2014全年汽车二手车交易605.29万辆,突破了600万辆的预期目标,交易量同比增长16.33%;全年交易额3675.65亿元,同比增长26.03%。

从月度市场交易走势看,呈现为总体平稳、小幅起伏波动,交易量最低的是2月的30万余辆;1、5、8三个月,交易45万-50万辆;3、4、6、7、9、10、11七个月交易50-54万辆,12月交易突破60万辆。交易量增幅,最低的为4月,一位数增长(8.46%);最高的是7月,增长17.79%。

二手车主要大类交易:轿车351.43万辆,增长15.25%,交易额2264.21亿元;客车90.27万辆,增长16.63%,交易额425.89亿元;货车76.74万辆,增长14.85%,交易额334.76亿元;越野车20.33万辆,增长21.86%,交易额300.17亿元。

全年各类车型交易量在二手车市场的份额,乘用车占近七成,其中轿车58.06%、MPV为4.61%、SUV为3.36%、微客2.01%;商用车近三成,其中客车14.91%、货车12.68%。余下4.37%为低速载货车和三轮汽车、挂车和摩托车等其他车辆。

各类车型完成交易方式的比例,直接交易达到77.36%,同比提升5.10个百分点;委托交易22.64%,下降65.10个百分点。本地市场完成交易78.08%,下挫2.33个百分点;异地转移21.92%,上升2.33%。国产车在交易中的比例高达93.76%,微升0.14%;进口车6.24%。私家车比例77.76%,同比有所下降。交易车辆逐年低龄化,3年以内的占22.55%,3-10年占70.16%,10年以上的为7.29%。

全国六个大区全年二手车市场表现,中南和华东交易量名列冠亚军,前者交易177.25万辆,增长1.0个百分点;后者交易157.72万辆,同比持平。交易量前5名省市区,依次为广东、四川、北京、山东和河南,上海列第六。

二手车交易价格波浪起伏,但波幅不大,单月平均交易价格在6万元上下小幅震荡。1、2两月5.5万左右,3、4、5、6四个月抬升至6万元出头一点,7、8、9、10四个月又回落到近6万元,11和12两个月再度上攻至今6万元,达6.15万元、6.14万元。

特约撰稿 **张伯顺**

别克在华累计销售600万辆

已经走进第17个年头的上海通用汽车别克品牌,日前在中国的累计销售突破了600万辆,产品力、服务力、品牌力持续提升,使得别克品牌取得了丰硕的市场成果,成为中国成长最快的汽车品牌之一。据悉,别克品牌新一轮的跨越式发展已经在加速布局。

在产品上,别克品牌将加速推进BIP战略,并使之成为同级车中"唯一"或领先的标杆配备。2015年别克将加速同步全球最新动力总成技术,逐步引入20T(1.5T直喷涡轮增压发动机)、18T(1.4TDVVT涡轮增压发动机)、15S(1.5L智能直喷发动机)、15N(1.5L自然吸气发动机)等一系列Ecotec高效小排量发动机及7速DCG双离合变速箱与6速DSS变速箱,发动机智能启停技术将在今后别克全新车型上成为标配。

目前,别克已形成高档舒适车型、高档轿跑车型、高档SUV三大产品线,并拥有多款明星车型领衔各个主流细分市场。2015年,别克将开启全新的中级车战略布局,首款车型就是将于3月2日推出的全新英朗。

此外,凭借eService、iBuick APP的深度推进,以及创设"别客汇"和入驻天猫商城等,别克将为用户带来产品与服务的全新体验。

雨林