上半年车市呈现六大看点

刚刚过去的上半年国内车市,延续了从去年开始的调整态势,进入微增长,但其中不乏亮点,呈现纵横交错六大看点:

一是趋稳迹象明显。从1至5月的产销数据、轿车、SUV、交叉型乘用车的销售情况以及库存情况来看,汽车行业的发展形势趋稳。但仍有一些不足之处值得注意:自主品牌销量继续下降;前五个月重点企业的运营压力有所加大,包括应收账款、流动资金、财务费用、利息支出等方面。

二是汽车产品升级转型步伐加快,乘用车方面,各个汽车厂商纷纷将目光转向高速增长的SUV市场。商用车方面,由于公路运输、公交车及校车市场需求提升,客车行业一枝独秀,普遍取得了平稳较快的发展。

三是高端车的销量增长率远大于低端车。从分价位销量增长率来看,价格在5万元以下的乘用车销量增长率为1.3%,此区间自主品牌分布比较多;价格在5万-10万元的乘用车销量增长率则为13.6%;价格在25万-30万元的乘用车销量增长率为34%;价格大于30万元的乘用车销量增长率最快,为51.6%。从分级别销量增长率来讲,A00级车销量增长率为0.5%,A级车销量增长率为15.8%,C级及以上增长率最快,为29.8%。

四是进口车增长快,国产车增长慢。今年上半年,国产车增长率为9.2%,进口车增长了24%,相差了将近15个百分点。这与2004年的情况正好相反,2004年国产车增长率为14.1%,进口车则是8.7%。

五是乘用车好于商用车,由于经济增速放缓,影响最大的是商用车。据中汽协统计,今年前5个月国产商用车销量同比下降超过10%,而乘用车则增长了5%以上。尽管交叉型乘用车(微型客车)虽然仍在下降,但降幅比去年低了很多。因此可以说,上半年乘用车市场不算很差,与2008年相比要好得多。

六是合资品牌好于自主品牌。自主品牌汽车厂家上半年业绩不佳,市场份额下降。而德系、美系和日系品牌乘用车表现,则明显好于大市。原因包括以下三方面:第一,整体来看,自主品牌综合竞争力弱于合资品牌,因此其抗打击能力相对较差;第二,由于自主品牌大多处于转型升级期,再加上产品低端,总体市场不好,影响更为明显;第三,自主品牌受到宏观调控的影响更大,与宏观经济走势的关系更为密切。从最近10年以来国家对汽车行业的3次(2011年、2008年、2004年)宏观调控来看,每当经济形势上扬之时,自主品牌车的增长速度就会比合资品牌快一些;但经济形势一旦呈现颓势,自主品牌的增速就会低于合资品牌。

李永钧

“歌雅”崛起 广本备战“二次腾飞”

2012年上半年,中国汽车市场出现了“微增长”的态势。面对严峻的市场形势,广汽本田根据“稳中求进”的方针,沉着应对,积极有为,实现了经营业绩与品牌形象的同步提升。广汽本田执行副总经理姚一鸣还表示,广汽本田将在第三工厂建设、新能源车导入、渠道拓展、服务提升以及品牌建设等领域全面发力,为2013年开始的企业“二次腾飞”夯实基础。

在产品领域,广汽本田各款车型抵抗住市场冲击,依然成为各个细分市场的中坚力量。来自有关部门的最新统计显示,1-6月份,广汽本田累计销量达176324台,同比增长14%。其中,2012款歌诗图4月12日上市以来,月均销量近5000台,累计销售超过14777台,始终处于供不应求的状态;2012款雅阁继续保持稳健态势;奥德赛、2012款锋范、飞度、理念S1等车型的销量较去年同期亦实现了较大幅度的增长。

“歌雅组合”的强势崛起与全车系的均衡发展,成为广汽本田上半年的两大亮点,标志着广汽本田成功构建了一个强大而稳定的产品矩阵,增强了企业抗击市场风浪的能力。而在广汽本田一直引以为傲的售后服务领域,广汽本田也在稳住原先优秀服务水准的基础上,继续提升。

展望下半年,姚一鸣认为,由于预期宏观经济将出现探底回升的趋势,所以下半年车市整体走势将好于上半年。但是,由于一些重点城市相继出台新车限购政策,可能会造成终端销量大起大落的现象,市场风险不可不防。

按照计划,广汽本田第三生产线将于今年年末动工,计划于2014年建成投产,投产初期的年产能为12万辆,未来将扩大到24万辆。第三生产线投产的同时,新的发动机工厂也将建成投产。第三生产线建设以及发动机项目的启动,将进一步扩大广汽本田的生产能力,为双品牌的运营以及后续新车型的投产奠定坚实基础。

新能源车的导入是广汽本田下半年的一大亮点。代表Honda最新技术的小型混合动力车CR-Z和FIT Hybrid将于今年夏季上市,广汽本田也将率先进入并领跑新能源车时代。

罗裕

安吉汽车租赁:以便捷取胜

7月的上海骄阳似火,由本报汽车周刊与安吉汽车强强联手打造的“沪牌月月送,惊喜周周赢”活动同样火爆。据介绍,除去沪牌抽奖,其它各类奖品已送出无数份,其中,已有50人获得总价值超过3万元安吉汽车租赁的租车券和代驾接送服务。

上海的张先生就是得奖者之一。6月中旬,他幸运地抽到了一张价值300元的安吉汽车租赁的租车券。上周,身为私营老板的他在安吉汽车生活广场内的安吉汽车租赁租到了大通商务车,完美地完成了商务接待,还把客户送回杭州并将车异地交还,省心省力的同时还节约了成本。

安吉汽车租赁是全国首家合资汽车租赁公司,由上汽集团下属之上海汽车工业销售总公司与著名跨国汽车租赁公司安飞士(AVIS)欧洲集团控股公司共同投资,其规模已经达到包括上海、广州、北京、苏州、深圳、南京、杭州、天津在内的29个城市的50个网点,2200多名员工和5000辆租赁营运车,是目前全国规模最大、各类服务功能最全的著名的专业性汽车租赁公司,助力上汽销售成为以一体化、技术化和网络化为特点,能为客户提供独特方案的、有别于竞争对手的、全面的汽车服务供应商。

另据了解,“沪牌月月送,惊喜周周赢”活动期间,到店看车客户凭个人有效驾照填写一份信息调查表,并致电96898确认参加此活动,即可获得安吉精美水杯一个,同时周一至周五的来店客户还有机会参与安吉汽车官网(www.anji.com)的线上抽奖活动,周六周日来店客户即可参加现场的抽奖活动。幸运顾客将会获得“神州畅游卡(可免费畅游华东700多个景点)、汽车租赁券”等。

此外,消费者还有机会参与安吉官网其他奖品的滚动抽奖活动,每周对中奖顾客的信息进行公布,滚动抽奖的奖品有:神州畅游卡、安吉汽车免费上门(机场)接送服务以及黄帽子洗车卡。具体参与活动门店信息及活动详情请咨询安吉服务热线96898或安吉汽车官方网站,也可关注“安吉汽车生活”官方微博。

“不循常”的美国派

——试驾克莱斯勒新300C

几年之前,克莱斯勒的300C曾在国内的豪华车市场匆匆划过,尽管销量不大,但豪放的外形和独特气质却深得一批消费者的垂青。如今,克莱斯勒全新300C以进口车的方式卷土重来,用令人耳目一新的视觉、听觉和触觉体验,为中国消费者重新解读这款绝“不循常”的非同质化美式豪华车。

全新300C的外形淋漓尽致地展现了其不趋同于主流德系豪华轿车的风格。其延续了上一代车型近乎笔直的硬朗线条、极高的窗线和尺寸超大的245/45R20轮胎,稳健扎实的外观透射出浑厚的力量感。全新克莱斯勒300C的前脸已经不像上一代那么霸气,在保留复古情怀的同时融入了现代设计,但大面积的进气格栅配合灯组及线条还是显示出美国车的豪放气质。宽大的车身尺寸和轮距,以及超过三米的轴距甚至超过了奥迪新A6L。占到了车顶面积70%的全景天窗也是典型的美式风范。开在路上,新300C依旧是那么扎眼,回头率很高。

全新300C在内饰细节的精致程度,已使它足以跻身豪华车阵营。事实上,从最初的材质选择开始,全新克莱斯勒300C就坚持在所有细节使用最高档的用料和最高标准的工艺水准,包括玛莎拉蒂和法拉利专属的Poltrona Frau意大利豪华真皮手工缝制内饰,以及原产自西班牙的高档Nappa全粒面真皮。仪表台造型饱满大气,表面由皮革材料包裹,结合部分则辅以精致的白色缝线,从观感到触感都具有欧洲豪门风范,车门内壁也同样考究。车内深咖啡色与奶白色的色彩搭配、哑光金属饰条和开放漆木纹饰板,给人优雅恬静的印象。夜幕降临后,车厢内还会亮起淡淡的蓝色氛围灯。

克莱斯勒新300C也打造了同级别中宁静度最高的车内空间。它配备了两个优质复合底板,符合空气动力学设计的一体式车身,以及前挡风和车窗所采用的降噪玻璃等一系列的专业配置,让你在车内充分享受到顶级音响品牌harman/kardon7.5声道剧院环绕音响系统带来的听觉盛宴。自适应巡航和HUD抬头显示器、方向盘电动调节及电加热、前排座椅通风,以及鲜见的刹车及油门踏板位置电动调节功能都能在新300C上找到。

新300C的起步车型搭载了3.6升PentastarV6发动机,凭借多项革新技术,210千瓦的最大功率足足比老款3.5升发动机提升了17%。这台发动机匹配的是多装备在百万级豪车上的ZF 8速自动变速器,动力输出更为线性,加速过程更为顺畅,7.7秒便“破百”的优异成绩,更是可与欧洲列强一争高下。这样的动力匹配在最大程度上兼顾了强劲动力和舒适乘坐之余,也将油耗降得更低。指向精准且有一定路面回馈的方向盘,也让驾驶者心情更愉悦。

刘朝晖

英菲尼迪全球旗舰店首选北京

7月6日,豪华车品牌英菲尼迪全球首家旗舰店在北京盛大开业。这家位于北京的英菲尼迪全球旗舰店设计独特、突破常规,它不仅仅是展示和销售产品的平台,更是消费者深度体验英菲尼迪极致服务以及品牌内涵的场所。该旗舰店的服务标准将成为英菲尼迪全球标杆,并将逐步向英菲尼迪全球市场推广。在中国确立最高服务标准并向全球推广,这在业界尚属首次。

旗舰店的整体风格更像是艺术空间,在全系车型联袂亮相的展示区之外,旗舰店还特别设置了多种功能区域,传递不同的主题。作为旗舰店重要组成的一部分,英菲尼迪中国事业总部还在北京旗舰店特别建立了中国培训学院北京培训中心,为整个华北地区经销商提供关于产品、技术和服务的系列培训。