

“金九银十”能否点燃低迷车市?

虽然至今汽车市场还没有明显地回暖倾向,但刚刚到来的“金九银十”传统销售旺季,还是让憋了几个月的车商们铆足了劲,以期待在这个金秋时节有个不错的收成。但问题是,今年“金九银十”还能成为低迷车市的救星吗?

降价硝烟弥漫

进入9月份后,车市传统旺季争夺战的硝烟已经弥漫开来。尽管很多汽车厂商都表示价格战是最原始的、对消费者不公平的做法,但最能够刺激消费者购买欲望的仍然是价格。因此大家一边在说着价格战的种种弊端,一边却纷纷推出降价政策以最直接的方式迎接价格战的到来。

为了助力旗下经销商更好地卖车,也为了企业本身能取得好的年销售业绩,大多数车企针对“金九银十”专门准备了促销方案,在销售上给足经销商政策。

笔者走访沪上车市后了解到,为了吸引人气,眼下市场上几乎所

有品牌,高、中、低档绝大多数车型都在促销。一汽-大众、上海通用、东风日产、上海大众、长安福特、北京现代等经销商近期优惠幅度有进一步的扩大。绝大多数车型的降价促销已不再是“小打小闹”,动辄就是优惠过万元,个别合资品牌的主力B级车现金优惠甚至突破4万元。

“9月和10月的表现对我们至关重要。”采访中,不止一位4S店老总表示,他们已准备好了9月推出几个大力度促销活动,希望能进一步刺激销量增长。

“据我所知,很多汽车厂家正在开商务会议,就是为了研究下半年的政策。”一位市场人士告诉笔者:“越来越多的汽车厂商意识到,如果9、10月份不能在销量上有所突破,而被竞争对手抢去市场份额,那全年的销售目标将很难完成。为了在下半年增加销量,厂家和经销商势必牺牲利润,未来的几个月,经销商们都会不遗余力地促销,价格还会进一步下降。”

新车密集上市

新车永远最能吸引消费者眼球,为了迎接“金九”行情的到来,近期各品牌中级车密集上市,其中不

乏重磅车型。新奥迪A4L、北京现代朗动、上海大众新朗逸、奔驰新B级等9款新车,都已在8月份接连登场,加上7月中下旬的一波国产新车上市热潮,众多新面孔车型让消费者目不暇接,也让车市出现了新一轮的躁动。这么多全新及改款车型抢在七八月份上市,刚好全力冲刺“金九银十”。

今年最后几个月,还有一批全新车型陆续进入市场。广汽菲亚特旗下首款国产车型菲翔,9月将正式上市销售。广汽本田、长安福特、长安汽车、东南汽车、东风悦达起亚、上汽通用五菱等汽车厂家,年底之前也将推出一批全新车型。

近两年每年上市的年度车型和全新车型都超过一百款,除了个别车型还能带来轰动效应并持续旺销,绝大部分新车型的轰动效应明显退色。对于普通消费者而言,众多的新车似乎极大地丰富了市场,但是一款产品还没有熟悉就新出来了更多的产品,带来更多的陌生名词。有消费者就表示对目前的新车潮“看不懂”。

眼下,对于“金九银十”市场而言,众多新车的出现,加速了市场的竞争,也增加了市场的不确定性。厂

商为了守住市场,在不少新车上市半年后,不得不卷入“价格换市场”的漩涡中,众多消费者自然感觉不到新车上市的热度了。

难以成为亮点

对今年的后市展望,不少厂商将眼光重点放在“金九银十”。那么,对于今年“金九银十”能否点燃车市,很多人持谨慎态度,认为难以成为今年亮点。

今年车市库存量的压力很大,特别是很多经销商的库存压力甚至超过了车市公认的警戒线,目前汽车厂家的产能扩张与终端需求的疲软已形成矛盾。“金九银十”在缺乏实质利好刺激的情况下,并不能带动整个终端市场回归上升通道。而且,受宏观经济环境影响,如今所谓的车市销售旺季真正能旺起来的天数屈指可数。按照现在的情况,“金九银十”也很难有持续近一个月的消费热度,这的确让那些原本对下半年复苏抱有希望的汽车厂商捏了一把汗。

最为担心的一定是自主品牌企业。上半年自主品牌的市场份额一路下滑,而且始终看不到任何可以刺激其销量增长的因素。除了来自

合资品牌产品下延趋势的挤压之外,自主品牌自身也遭遇到了产品和市场的瓶颈。技术上没有明显突破,缺乏具有市场号召力的产品,同时在营销上没有突破都导致了自主品牌难以抓住这个“金九银十”。甚至在未来的四个月中,自主品牌可能会丢掉更多的市场份额。

而在合资企业阵营中,与往年全面井喷的情况不同,逐渐出现了分化的局面。日系企业战略逐步收缩,大众和通用则在全面扩张,占据了更多原本日系车占优的市场。新兴的标致、现代和起亚也在努力从增速放缓的市场中争取到更多份额。可以说,这个不怎么给力的“金九银十”或许会让市场格局进一步分裂,早的早、涝的涝会成为今年车市的一个特点。

从产品层面来看,紧凑型以下市场的份额依旧是最大的,但其活力已经大大降低,今年“金九银十”或许无法像从前那样惠及所有,但毫无疑问中国市场还有着巨大的潜力,随着中国车市的这一轮盘整结束,类似“金九银十”的井喷式增长方式或将终结,取而代之的将是理性而稳健的发展。

李永钧

快马加鞭成都车展上市 捍卫豪华车市场领导地位

2013款BMW 5系Li开创高效互联商务

今年在豪华车市场动作频频的宝马集团显然继续着自己“快马加鞭”的中国市场战略。在2012成都国际汽车展览会上,宝马一举发布了重量级新车2013款5系Li。2013款5系Li车型结合了创新的互联网技术与发动机技术,完全能代表宝马在创新方面的领导地位。在移动互联网领域,这次宝马明显走在了奥迪和奔驰的最前面。搭载互联驾驶技术的2013款5系Li在豪华车领域,相较竞争对手至少有1-2年的优势。华晨宝马营销高级副总裁戴雷表示,宝马正在改变豪华商务轿车的市场格局,“5系增长很快,早晚会在销量方面做到第一,但这并不是我们的主要目标,宝马要有一个稳定的发展,保持价格合理,希望通过产品不断技术升级,再次提高市场份额。”

全新iDrive 开创互联驾驶时代

在豪华商务轿车市场中,2013款BMW 5系Li是第一款引入了基于互联网和移动通信的最先进高科技技术与应用的车型,将最新的BMW互联驾驶科技与全新一代iDrive系统完美结合。

BMW互联驾驶理念旨在将驾驶者、车辆与外部世界之间通过无线移动互联网联通起来,最新的BMW互联驾驶系统更建立在跨行业合作的基础上,联合了中国联通、百度、新浪以及开心网、豆瓣网等中国移动通信和互联网领域最具影响力和实力的品牌,强强联手为BMW 5系用户提供高品质的服务。

2013款宝马5系Li的全新BMW互联驾驶系统目前已实现的功能和服务包括实时路况信息、涵盖实时



天气、新闻和股票等信息的BMW资讯在线、百度地图在线搜索、呼叫中心远程服务、BMW应用程序以及蓝牙耳机、移动办公、保养自动提醒、紧急救援协助及道路救援服务功能等服务,所有这些都使BMW 5系Li在安全性、舒适便利性和信息娱乐方面代表了同级最高水平。

2001年,宝马推出第一代BMW iDrive系统,引领了车辆人机交互系统发展的潮流。第三代BMW iDrive系统将配备全新专业级导航及手写输入板,2013款BMW 525Li豪华型及以上车型将标配这一装备。拥有全新设计、经过控制理念优化、第三代BMW iDrive系统的应用令新款BMW 5系的高科技含量无与伦比。这一装备不仅提供了升级的地图显示,并且使实时路况信息这一互联驾驶的应用得以实现。

N20发动机 引领高效环保动力

2013款5系Li在部分车型上装备了宝马目前最先进的2.0升四缸涡轮增压汽油发动机(N20)。这款技

术领先的四缸发动机拥有高精度燃油直喷、VALVETRONIC电子气门和双涡管单涡轮增压等几项核心技术,其性能可以与以往的2.5升直列6缸自然吸气发动机相媲美,在提供更多驾驶乐趣的同时实现了更少的燃油消耗和废气排放。原有的520Li和523Li两款车型均换装了这款创新N20发动机。

同时,2013款BMW 5系Li是同级中唯一配备了技术领先的8速手自一体变速箱的车型,与N20发动机构成了完美的高效动力组合。辅以标配的带有节能模式的驾驶体验控制系统和发动机节能自动启停功能,新款车型在高效动力方面再拔头筹,不仅为用户带来最高效、环保、动力强劲且换挡平顺的驾驶体验,并以出色的性能以及燃油经济性全面超越对手,成为同级中提速最快、油耗最低的车型。其中523Li车型改名为525Li,动力提升至160千瓦,0-100公里/小时的加速时间缩短了整整1秒达到7.6秒,而百公里油耗却从7.9升下降到了7.2升。520Li各方面的指标也都获得很大提升。

多达11项升级 提升舒适尊贵享受

2013款BMW 5系Li在技术与配置方面进行了多达11项升级,包括在豪华舒适性上的进一步提升:全新后排娱乐系统显示屏增至9.2英寸,蓝牙手机连接和USB音乐接口成为全系标配,同时新款车型还为530Li豪华型、535Li豪华型增添了前排座椅主动通风、高级四温区空调等高端配置。

今年也是宝马在中国高歌猛进

的一年,在生产、产品、技术、网络以及品牌传播等领域全面提升。3月,BMW X1实现国产;5月,世界级的华晨宝马铁西新工厂正式开业,BMW最先进的4缸涡轮增压发动机同期实现国产;7月,全新一代BMW 3系正式上市,以两种轴距、三大设计套装、最出色的性能和顶级的科技装备为高档运动轿车树立了全新标杆。

宝马5系自上市以来,一直被视为中高级轿车的典范。在宝马宣布将其加长并且进行国产后,更是受到了中国消费者的喜爱,国内销量持续走高。而此次成都车展全新上市的2013款BMW 5系Li再次证明了一个趋势,即产品实力的加强已不限于产品换代,而是体现在每一年的年度车型上。2013款宝马5系Li车型在更换新的N20引擎之外,增加宝马互联驾驶功能,从而极大地提升了产品内涵,为用户描绘了高效互联的前瞻性商务生活方式。与此同时,新款车型在性能和配置大幅提升的前提下维持价格不变,为客户创造了更高价值,有望再次捍卫BMW 5系最完美豪华商务轿车的领导地位。

丹尼

