

岁末车市呈两极分化新特征

我们今后将『大小通吃』

广州车展对话广汽丰田高层

广汽丰田旗下丰田首款“专为中国市场量身打造”的“跨级时尚大两厢”致炫登陆广州车展,并公布了其6.98万-10.88万元的官方售价。新车亮相之际,记者现场采访了广汽丰田总经理小林一弘和执行副总经理李晖。

致炫从8月份启动预热,通过音乐的形式定位进行了一个很好的宣传,目前的效果很显著。在接下来的销售中,产品本身层面想选取哪个最佳的优势推广?

对于小型车市场中国消费者的喜好度,我们也作出了自己的判断,致炫这款车的优势,可以总结为以下几个方面:第一是外形,充分迎合了年轻消费者的现代外观,充满了冲击力,让人过目难忘;第二是空间,定义为一款跨级时尚大两厢,跨越了A0级和A级两部分顾客群体;三是全新动力系统,随之带来的是油耗的降低,这也是在目前小型车中出类拔萃的。可以说,在品质、安全、操控性和舒适性方面,致炫都带给了消费者一种全新的体验。6.98万元入门级的价格,配合整个大空间、大尺寸,致炫和其他小型车就有了很大区别。在下一阶段的营销中,我们可以针对这些优势展开充分的体验式的对比试驾活动。

目前致炫的订单数有一万辆,能否透露一下具体的销售目标?

到目前为止,订单数接近一万台,订单分布跟我们的预计也是比较吻合的,主打车型是1.5自动挡的车型。至于销量目标,我们希望明年能够做到7万台以上的销量目标,且致炫也具有月销一万的潜力,对此我们有充分的信心。

据悉一汽丰田卡罗拉将推出混合动力车型,广汽丰田有没有导入更多混合动力车型的计划?

为了更多关注中国的环境以及消费者的实际感受,丰田才在常熟成立技术中心。随着电池在中国生产以及混合动力系统在中国的生产,今后会非常方便地把这些动力总成搭载到产品上面。我们也有在做这样的计划,一旦时机成熟,我们就可以很容易地把混合动力系统搭载到其他的产品上面。

2015年时,广汽丰田的销量目标是50万辆,其中中小型企业占比是40%,是否可以理解未来两年发展重点应该是中小型企业?

确实是这样,广汽丰田成立这些年来,基础是中高级轿车以及大中型SUV。下一阶段我们无疑会在中小型企业上进行发力,对于目前市场增长幅度最快的这部分细分市场,今后我们会推出一系列的产品。当然需要指出的是,中小型企业细分市场工作的加强跟我们巩固和加强原有中高级车型凯美瑞和汉兰达的销售不可分割。

罗裕

对来年的市场有所影响,不如保持现状,期待新车明年走量,这也是一部分经销商减缓销售脚步的原因。

另外,根据中汽协日前发布的“中国汽车经销商库存预警指数调查”VIA数据,10月份中国汽车经销商库存预警指数为46.7%,比9月上升了1.7个百分点,库存预警指数仍处在警戒线以下。中汽协在报告中称,随着“地方车展”“假日促销”等系列活动的展开,将各地汽车市场推向“高潮”,多数品牌已完成了销量的跨越。既然已经没有销售压力了,多追求点利润也是正常的,部分车型价格将逐渐回调,这也是今年岁末车市的新特征。

李永钧

临近岁末,促销、翘尾、两位数增长等成为车市热议的话题。然而,笔者日前在走访车市后发现,在销售量和利润两难全的情况下,不同经销商作出了不同的选择:有的车行加大优惠,全系车型优惠数万元,有的车行则需提前订购车型,并开始缩减优惠,年末市场开始出现拼销量与保利润两类经销商的分化。

每逢年底,都是车市销售高峰期,大幅优惠促销的信息开始成为各大经销商店内主题,有的车行不仅降价数万元吸客,还给出优惠大礼包。这些完成全年销售任务压力仍然很大的经销商,甚至不惜赔钱销售,目的就是能保证年底拿到厂家返利,同时也是清库存回笼资金,为来年计划做准备,这一批经销商成为年底大促销的主力军。

面对年终收官之战,有些经销商则显得非常轻松,部分热销品牌4S店已提前完成了全年销售任务。这些已经没有冲量压力的经销商表示不会为岁末冲量放弃利润,因此暂缓了店内促销活动,多个品牌4S店的营销活动数目在过去几周里呈现逐步减少的态势。优惠政策大部分是节日期间的延续,并未推出太多新的政策。一些销售比较好的热销车型优惠开始逐步缩水,车价略有回调,如晶锐和明锐的价格优惠减少了一两千元,原来赠送的装饰礼包内容也有所减少。而迈腾价格优惠也减少了3000元,以应对日趋紧张的库存。

“由于全年的销售任务已经完成,12月店里的销售计划主要以保利润为主,不会刻意追求销量,库存和车价优惠幅度都将有所减少,在最后一个月我们还是希望能够保住利润空间。”一家德系4S店经销商这样说道。

除了经销商自身收价,一些车企也开始对经销商实行相应的促销管理。据一经销商透露,许多汽车品牌厂家要求年底时经销商不准随意大幅降价卖车,要以良好的市场环境备战明年。业内人士指出,在车行利润整体不高的前提下,如果经销商今年已经完成了任务,还大力促销,明年厂商或许就会针对今年销售情况加大任务量。另外,年底提前加大促销,让利过多,肯定

完成首轮布局 奇瑞全新瑞虎5上市

11月28日,继艾瑞泽7和E3之后,奇瑞第三款运用“V字形”正向开发流程打造的产品全新瑞虎5在上海上市,此次上市的全新瑞虎5共有4个配置6款车型,售价区间为

9.39万-15.09万元。

据透露,第一轮布局完成之后,明年奇瑞将迎来正向研发体系下的第二轮布局。从奇瑞已经确定的四大产品体系来看,占据规划半壁江山的艾瑞泽系列明年最有可能出现新的车型。

奇瑞汽车副总经理陈安宁表示,投资40亿的大连工厂将保证瑞虎5严苛标准的整车品质。瑞虎5各项技术参数对标的竞品直指哈弗H6。据陈安宁称,在操控性、舒适性、安全性等多个关键技术领域,瑞虎5都将完胜H6。

营销方面,此次瑞虎5上市同时推出了“感恩季”,旨在回馈16年来消费者的信赖。其中,艾瑞泽7为新购车主和已购车用户都提供价值可观的会员卡作为礼品,并将开始实施一套诚意置换购车政策。此外,包括瑞虎3、E3、风云系列、新QQ等奇瑞全系车型都将在“感恩季”期间迎来重磅让利,以及一系列购车金融方案和多重售后关爱服务。

罗裕



广州车展再度成为保时捷震撼车坛的舞台,具有革命性意义的全新保时捷918 Spyder与新款911 Turbo S日前在此完成亚洲首秀,进一步巩固了保时捷豪华跑车制造商领导品牌的地位。截至2013年10月底,中国大陆各保时捷中心累计交付30406台保时捷跑车。

亚洲首秀的全新保时捷918 Spyder是2013广州车展保时捷展台的最大亮点。918 Spyder配备的4.6升V8发动机能于瞬间爆发出608bhp的强劲动力,而两台电机则能额外提供286bhp附加动力,组合功率输出达到887bhp。在配备重量经过优化的魏斯阿赫组件后的918 Spyder百公里加速仅需2.6秒,最高时速可达343km/h,而二氧化碳排放被限制在70g/km,每百公里耗油量仅为3.0升。由于在其之前的同类跑车从未企及如此卓越的技术数据,祖文豪森工厂限量生产918台的918 Spyder正在缔造一个新的车坛传奇。



万名车主享“奥迪世界好声音”

11月30日,“奥迪世界好声音”演唱会在北京上演。全新奥迪A3三厢轿车领衔的奥迪年轻、个性化车型亮相舞台,与包括刘欢、安七炫、李玟在内的中、美、英、德、韩五国“好声音”代表人物首度同台献艺,以时尚、跃动的青春魅力,征服全场1.2万名奥迪用户与粉丝。作为推进奥迪品牌用户形象战略的重要平台,此次“奥迪世界好声音”生动展现了精致时尚、活力四射、追逐梦想的年轻用户形象,进而强化了用户与品牌之间的情感共鸣。未来奥迪将以更多的高端音乐体验回馈超过200万中国用户。

近年来,随着越来越多的奥迪年轻、个性化车型不断进入中国,一汽-大众奥迪不断探索更加丰富的营销手段,并取得显著成效。

姚琼

东风雷诺合资获批

2013年12月5日,东风和雷诺组建东风雷诺汽车公司的合资项目获得了国家发改委的批准,签约仪式将于12月16日举行。这次合资将助力雷诺在中国这个世界上最大的汽车市场中一展宏图。

东风将利用这次机会,进一步整合全球资源,以期在汽车市场上快速发展。对于雷诺而言,这次机遇也将加强其在中国汽车市场的影响力和知名度,扩大市场布局。在东风汽车和雷诺-日产联盟的协力支持下,双方将会进一步促进在每个领域的密切合作,尤其是研发、采购、制造和营销等方面。

全新福特“野马”四大洲全球首发



12月5日,全新福特Mustang“野马”在全球四大洲包括上海在内的六个城市同步首发,标志着福特首次将这一传奇品牌引入中国,以及欧洲和亚洲其

他主要市场。作为一款畅销全球的经典平民跑车,福特Mustang在其诞生后50年间从未间断产销,累积销售900多万辆。全新福特Mustang双门跑车

不仅成功保留了品牌最经典的设计元素,比如长长的更具立体感的发动机盖和经典的鲨鱼嘴前脸设计,并且车身设计更具现代感,内部布局也为驾驶者营造了一种飞机驾驶舱的感觉,所需的各种车辆信息一览无余,并且操控触手可及。

福特Mustang将提供全新的2.3升EcoBoost涡轮增压直喷发动机和一款5.0升V8发动机,前者拥有输出超过227千瓦的最大功率和407牛米的最大扭矩的强劲动力,全新Mustang GT车型搭载的5.0升V8发动机能够输出313千瓦的最大功率和529牛米的最大扭矩。余音

利星行汽车中心开业

11月22日,利星行汽车在华东地区又一重量级奔驰授权经销商——利星行汽车中心(上海)开业。该中心由4S服务中心、城市展厅和星睿二手车中心组成,4S服务中心位于闵行区三鲁公路3088号,城市展厅位于浦东新区张杨北路3501号、星睿二手车中心位于浦东新区浦东大道2566号。优越的地理位置让其服务直接覆盖整个浦东地区,同时也可辐射浦西的闵行、黄浦、杨浦、虹口、徐汇等区域。

特别是利星行汽车的4S服务中心,严格按照奔驰全球统一标准建设,并配备完善的售前、售后配套设施。展厅面积4000多平方米,可同时容纳近40辆展车,梅赛德斯-奔驰旗下全系乘用车型均可在展厅内呈现。售后区域总面积近4300平方米,可同时接受60台车辆进行维修,大大缩短客户等待时间,提升客户满意度。

罗裕