

堵塞“骗补”漏洞 念好节能车补贴之“经”

国家审计署日前发布的《2013年第25号公告》，公布了汽车业违规使用节能汽车补贴资金及整改情况，四家企业申报不符合条件车辆、违规获得中央财政节能汽车推广补助资金超过1900万元。上海大众、上海通用、上海通用东岳和江淮汽车等厂家“榜上有名”。四家企业申报不符合条件车辆及骗补资金，上海大众5570辆、1671万元，上海通用182辆、54.6万元，江淮汽车55辆、158.1万元；上海通用东岳汽车以虚报节能汽车推广量，套取16.5万元。

审计公告一出，业界哗然。不过，国家审计署公告称，上海大众和上海通用在审计前以自查报告形式，已分别向国家发改委报告了其

中5352辆和120辆汽车的真实情况；审计署指出问题后，上海市财政局已经收回上述两家企业违规获得的中央财政节能汽车推广补助资金。江淮汽车和上海通用东岳汽车对审计署指出的问题，正在整改中。

国家节能汽车补贴政策，始于2010年6月。财政部经济建设司7月份新发布的“节能产品惠民工程”调查显示，至今中央财政已累计安排补贴资金166亿元，支持推广节能汽车超过584万辆，成效显著。该公司人士表示，节能补贴要简化补贴兑付程序，切实加强补贴资金监管，做到三个“确保”，确保财政补贴资金安全高效、确保节能补贴切实落到消费者手中、确保节能推广补偿金落实到符合节能标准的汽车上。

“节能产品惠民工程”本身是“好经”，居然被念歪了，盖与操作流程中的漏洞密切相关。

节能补贴都是由企业自填财务报表向政府领取。有经济专家指出：企业在市场是一个“经济人”角色，与社会管理者的政府职能并不一致，只要政府推出的举措存在漏洞，就会产生为自己谋利的行为。由汽车4S店提交补贴清单给厂商，再由厂商报地方发改委和财政厅(局)备案，地方财政厅(局)以中央财政计划形式给经销商，再定额直补消费者。其中就有个别4S店玩弄种种花招骗补：同一品牌甚至同一排量的不同车型，有的符合节能车补贴标准，有的不符合，于是有商家用变通方式，将并不属于补贴范围的车型纳入补贴范畴，从中渔利；有的厂家对有些符合节能车补贴标准的车型，实行让利促销，于是有商家擅自克扣厂家让利，只给政府补贴，糊弄消费者。

上海大众、上海通用以及江淮汽车的自查和反省表明，厂家对节能汽车申报国家补贴资金，必须严格审慎，如果对企业自身(含销售大区)和下属经销商所报材料严格监督和监管，就不会出现如同上海大众经销商那样的误报、上海通用那样的统计差错、东岳汽车那样的虚报问题、江淮汽车那样的把关不严。

实际上，国家节能汽车补贴资金被骗，在几个节能补贴的环节中，只是“冰山一角”。国家审计署的第25号公告中，格兰仕等8户空调冰箱家电企业，通过“做假账”虚构销量等手段，骗取国家节能补贴9061.84万元。节能汽车和节能家电补贴两项被骗合计超过1.78亿元；如果再连同中央财政拨发给天津、河北、广东和四川等18个省、市的能源节约利用、可再生能源和资源综合利用等三大类节能环保科目补贴资金的审计，挤占挪用和虚报冒领补贴资金，高达16.17亿元，何况审计署这次审计的时间、范围和地域均有限，很难说这次公布的审计结果代表了总体骗补的数额。

特约撰稿 张伯顺

当前汽车消费呈现三大特点

日前，中国汽车工业协会与尼尔森联合发布了《中国汽车消费蓝海市场洞察白皮书》，指出了当前中国汽车消费呈现三大特点。

一是低线城市将成为增长引擎。白皮书显示，来自三、四线城市消费者占中国未来一年内计划购车的消费者总数的68%，而在现有车主中这些城市仅占55%。在这68%来自三、四线城市的潜在消费者中，初次购车的消费者高达56%。从购车预算方面看，近60%的三、四线城市消费者的购车预算在12万元以下，其中1/3的消费者将目标价位集中在8至12万元之间。

低线城市消费者在购车时将实用性作为首要的考虑因素，油耗、安全性和产品质量在消费者关注度的排名中名列前茅。监测数据显示，他们的消费信心和对汽车的购买意向每个季度都是持续上升的。因此，预计今年下半年的汽车消费市场仍会持续稳中有升的态势。

二是女性购车意愿俱增。白皮书调查显示，在过去四年间，中国女性消费者的购车意愿大幅上升，增幅已超过男性。与男性消费者寻求动力性能出色、配置完备和操控性好的汽车不同，女性消费者的理想车型更为重视安全、舒适和时尚。

女性汽车消费者对于两厢轿车的偏好明显高于三厢轿车，42%的女性消费者偏好两厢轿车(男性消费者为34%)，而偏好三厢轿车的女性消费者仅占36%(男性消费者为43%)。与男性消费者相比，女性消费者更关注产品质量、价格、舒适性和售后服务等因素。在电子配置方面，女性消费者会优先考虑预防及保护性安全系统、驻车辅助系统、双离合自动变速器技术和车载多媒体系统等。

三是年轻人成新兴生力军。白皮书显示，目前已有超过半数的中国车主生于70年代及以后，而这一比例将持续增长。调查显示，有32%的70后消费者和34%的80/90后消费者表示，他们在未来一年内有购车计划。

与中老年消费者相比，年轻消费者的购车偏好有着显著的不同。中老年消费者在购车时，会优先考虑汽车的性能和实用性；而年轻消费者则与他们的父辈不同，他们更注重个性的彰显。

近三分之一的年轻消费者把目标价位定在8-12万元之间。就车身形式而言，40%的年轻消费者对两厢轿车最为青睐，三厢轿车为39%，而SUV仅为12%。新一代消费者则更为关心个性化的外观造型和实用性。除了对价格的考虑外，安全系统、节油环保和售后服务质量也是新一代消费者购车时关注的因素。

雍君

一汽大众高尔夫A7 九月投产

2013年上半年，国内车市整体略有回暖，几大主流厂商的业绩也均有较大提升。其中，一汽-大众凭借多年来累积的体系能力，在产品、生产、销售等方面均形成了独特的竞争优势，在上半年继续保持了快速增长。

据一汽-大众官方发布的数据显示，一汽-大众2013年上半年生产整车737377辆，同比2012年增长18.8%。销量方面，上半年一汽-大众共销售整车756002辆，同比增长26.5%，再创新纪录。其中，大众品牌销售529785辆，同比增长30.8%；奥迪品牌226217辆(含进口车)，国产车累计销售186328辆，同比增长18.3%。

两大品牌的联合发力使一汽-大众继续走在国内车企的前列，在今天的五六月两度夺得国内单月销量冠军。按目前的销售形势，一汽-大众今年完成总销量150万辆的目标指日可待。

今年9月，备受瞩目的一汽-大众佛山工厂一期工程将正式投产。据悉，新工厂将采用大众全新的MQB平台，最先生产的车型是全新一代的高尔夫A7，而奥迪A3也预计在年底投产。新产品的推出必将进一步推动一汽-大众在下半年的市场表现，也令一汽-大众对于完成150万辆的产销目标更有信心。

高尔夫A7将是国内第一款基于MQB平台生产的轿车，同时也将是第一款配备EA211系列TSI发动机的车型，在车身技术、操控感受和科技配置等方面均有大幅提升。据悉，高尔夫A7将于9月在一汽-大众佛山工厂正式下线。

除了2015年产销180万辆的明确数字，一汽-大众的战略目标还有更多的内容，包括确保大众品牌的市场份额提升至7.6%、奥迪品牌则要占到豪华车市场的40%。同时，在财务状况方面，一汽-大众还将保持并优化盈利能力，控制经营风险。林夏



近日，新BMW 7系三款顶级车型正式上市：新750Li xDrive、新760Li和新760Li个性版，售价分别为206.35万元、256.35万元和270.35万元。

作为旗舰车型，7系是宝马集团造车理念和创新科技的集大成者。其中，新750Li xDrive配备专为中国市场开发的4.0升V8发动机。这款发动机对进气门行程实现了连续可变控制，优化了高压直喷系统，减少了进气循环损耗，可输出408马力的最大功率，最大扭矩达600牛米，百公里平均油耗降至10.8升。新车的xDrive智能全轮驱动系统除了具备全轮驱动的典型优势外，电控xDrive系统通过快速改变前后轮之间的动力分配，能确保车辆在各种天气和路况条件下实现最佳牵引力，并在过弯时提供更高的灵活性和精确度。

新760Li则将尊贵体验提升至崭新高度，其搭载的V12双涡轮增压发动机最大输出功率达544马力，在1500转/分的低转速下即可产生750牛米的最大扭矩，从静止加速至100公里/小时仅需4.6秒，百公里平均油耗为13.8升。该车标配整体主动转向系统，可适时提升低速灵活性与高速稳定性。

雨林

腾势携手经销商集团布局深沪京

7月24日，深圳比亚迪戴姆勒新技术有限公司在深圳正式与中升集团、利星行中国、庞大汽贸举行“腾势中国领先经销商合作伙伴签约仪式”。作为国内汽车流通行业的领军企业，这三大集团将分别成为DENZA腾势品牌在深圳、上海和北京的首批经销商，负责DENZA腾势新能源汽车的销售与服务。

作为首个专注于中国市场的新能源汽车品牌，DENZA腾势将于2013年11月全球首发其第一款电动汽车，2014年中面向个人消费者销售。通过前期市场调研与分析，DENZA腾势将深圳、上海和北京作为首批重点市场，而此次签约的三家经销商也将首先发力这三个城市。

与这三家中国顶级经销商集团的强强合作，标志着DENZA腾势第一款电动汽车推向市场的进程又向前迈出了坚实的一步。这三家经销商的建立，将完成DENZA腾势在华南地区、华东地区和华北地区的初步布局，构成DENZA腾势的独立销售服务渠道。据介绍，经销商将于今年年底开始建店，预计2014年中完成。

宝龙

五菱宏光S ——来自通用汽车全球技术

庆五菱宏光S上市，订购宏光享大惊喜！

活动日期：8月6日-8日

在一起的幸福

五菱宏光S

Shine Smooth 炫目的外观设计

Super Space 超大的乘坐空间

上海五菱汽车销售有限公司 上海康桥康安路818号 电话：58123508 13918725050

连锁销售服务店 康桥店 58128722 闵行店 64909056 金山店 57381557 嘉定店 69171950 奉贤店 67106773 松江店 57688950 沪南店 68121868 崇明店 59682173 青浦店 69211857 惠南店 68014617 宝山店 56869139

东风裕隆纳智捷 5 Sedan上市

7月28日，东风裕隆纳智捷首款轿车纳智捷 5 Sedan 在上海世裕汽车生活馆正式上市，新车官方售价10.88万-17.58万元。

据悉，即日起至8月底，订购纳智捷 5 Sedan的消费者将获赠丰富的礼品。其中，订购精致型1.8T MT、经典型1.8T MT、豪华型1.8T AT三款车型的车主

将获赠价值千元的冷热置物杯架；订购尊贵型1.8T AT、旗舰型1.8T AT及旗舰型2.0T AT三款车型的用户将获赠HTC Butterfly手机一台及两年的联通通讯费。

作为东风裕隆进军中级轿车市场的首款产品，纳智捷 5 Sedan承载了两岸华人在轿车领域积淀的最强技术实力，同时也蕴含了华人对于中级轿车市场需求的独特理解和极富中国特色的设计风格，以及符合国人驾乘习惯的实用配置。

林夏