

新民晚报 | 汽车周刊 / 车界车市

汽车对国民经济贡献不可小觑

汽车产业是国民经济发展的重要支柱产业之一,承载着支撑国家发展战略的历史使命。国务院文件多次要求“扩大汽车消费”,使其成为“稳增长扩消费”顶梁柱之一。今年1-9月汽车业态诸多数据亮点频显,国家统计局权威人士赞赏有加,称汽车制造业“拉升了全国工业增加值”,限额以上汽车零售额增速是“社消费品零售总额增长的重要拉动因素”。可见,汽车业对国家GDP的贡献不可小觑。

■ 私家小客车占九成多

公安部交管局的数据显示,全国新车注册量,3季度(7-9月)1618万辆,同比(以下均相同)增长24.2%;1-9月1919万辆,增长14.6%。至9月底,全国汽车保有量1.9亿辆,小型载客汽车1.5亿辆,其中私家小客车超过1.4亿辆,占九成多。持有汽车驾驶人超过3亿人,其中2831万人驾照是今年1-9月所获得。

新车注册量增速保持两位数,汽车保有量呈现持续快速增长。新车注册量同比,第3季度增加120万辆,1-9月增加244万辆。私家小客汽车拥有量占小型载客汽车保有量的93%,汽车消费集中体现在私人乃至家庭消费上,且刚性依旧强劲。

■ 汽车产销两旺新景象

中汽协数据显示,9月汽车产销分别为253.07万辆和256.41万辆;1-9月累计产销分别为1942.20万辆、1936.04万辆,增速重回两位数,生产13.25%、销售13.17%。中汽流通协会数据也显示,经销商综合库存系数,9月1.13,大跌28%,持续3个月低于荣枯线(50%)以下。国家统计局数据显示,限额以上单位汽车零售,9月3558亿元,增长13.1%;1-9月28086亿元,增长9.1%。

汽车零售市场异常活跃,社会库存紧张,刺激厂家生产。生产商9月忙于补库以确保市场供应,经销商舒心经营。厂商合力和谐,共同迎来难得的产销两旺景象。

■ 小排量车增速突破22%

1.6升及以下小排量乘用车销售,9月163.43万辆,其中1.0-1.6升160.55万辆,增长43.59%;1-9月1203.55万辆,其中1.0-1.6升乘用车1178.17万辆,增长22.93%;1.6升及以下小排量车稳居乘用车市场份额的七成。

中国汽车的增长,主要仰仗乘用车的增长,乘用车的增长又依仗1.6L及以下排量小型车的增长,而小型车的增长主要得益于车购税减半优惠政策。汽车产销两大行业协会(中汽协和中汽流通协会)均向相关主管部门建议延续该项政策,希望将该项政策常态化,这与促进汽车消费和结构性调整的中央大政方针完全相契合。

■ 二手车富矿亟待开发

中汽流通协会数据显示,国内二手车交易量,8月为86.30万辆,增长15.3%;1-8月为649.9万辆,增长6.53%。

与红火的新车市场比较,二手车市场十分落寞平淡。1.9亿辆汽车保有量,是二手车市场极其丰富的“矿藏”,亟待开发,初步估算交易规模有望超过3万亿元。

李克强总理3月在人大“政府工作报告”提出“活跃二手车市场”,国办随即出台促进二手车“便利交易”的“国八条”。按目前交易走势,9月交易可达90万辆,年内有望冲击1000万辆。

盘活二手车存量,淘汰老旧车废量,带动新车增量,整个汽车产业链才能真正活跃起来。 特约撰稿 张伯顺

广汽本田飞度苏州潮炫亮相

10月15日,FIT DAY飞度品牌开放日活动亮相苏州印象城。活动现场,飞度变身潮流玩伴,结合其空间、动力、天窗、倒车雷达等同级领先优势,从“酷玩+FUN”角度,打造超大游戏机造型展台,为观众带来紧张刺激又充满活力的互动体验。

最让在场观众意犹未尽的是与飞度的至酷“对话”,通过挑战“酷玩天窗”游戏,体验飞度天窗版所带来的无限乐趣。巨型酷玩空间游戏通过移动端多屏互联,在H5页面中控制潮玩物品填充飞度两种空间模式,体现出飞度超大百变空间。

此外,8月刚刚上市的广汽本田2016款飞度,在原本5款车型的基础上,新增1.5L CVT LX舒适天窗版、1.5L CVT SES时尚天窗版,其中一键式防夹电动天窗和倒车雷达等实用科技配置,更大幅提升了用车舒适性和行驶安全性。 姚琼

丰田明年初销售氢动力巴士

丰田汽车公司将于2017年初开始销售丰田品牌的燃料电池巴士,并将巴士命名为“丰田FC巴士”。为迎接2020年东京奥运会、残奥会,丰田计划以东京为中心投放超过100辆FC巴士。

丰田FC巴士还采用了大容量对外供电系统,具备最大功率9kW容量高达235kWh

的供电能力,可在因灾害等导致停电时为学校体育馆等避难设施以及家电供电。

丰田集团将氢能定位为将来重要的能源,除较早实现了燃料电池车“MIRAI”的上市销售外,还不断推动FC巴士、燃料电池叉车、家用固定式燃料电池等的技术研发和产品推广工作。 余音

东本竞瑞上市掀启青春风暴

东风本田旗下首款越级掀背车竞瑞(GIENIA)10月18日在厦门宣布发布。竞瑞全系共5个版本的配置,售价8.99万-12.79万元。

作为家族中最年轻、最具个性的一款车型,基于对年轻人生活习惯的深度调研,东风本田为竞瑞赋予了“越级掀背车”的全新市场定位,引领潮流。

竞瑞一改常规的掀背车设计脉络,打破传统的车型布局语言。Honda家族式前脸,倒梯形黑色镀铬进气格栅,打造出运动时尚的外观造型。LED日间行车灯与带透镜投射式前大灯搭配,犀利而激情。竞瑞的侧面设计线条刚劲简练,不仅营造出强

烈的运动视觉,同时又勾勒出年轻、时尚以及活力的气质。车尾设计更是其点睛之笔,溜背式的设计加上一体式组合尾灯,打造清晰明了的尾部标识。

竞瑞的车内空间相当令人惊叹,长4517mm,轴距为2600mm。得益于平整化底盘和Honda独有的MM空间理念设计,使它拥有超越同级的驾乘空间。

丰富高科技配置,成为竞瑞吸引年轻消费者们放心向前动力。特别是安全配置上全副武装:牵引力控制系统+车辆稳定性辅助系统,全角度可视化倒车影像+前/后驻车雷达,同级车中唯一可



显示影像盲点显示系统,能够为驾乘人员提供全方位的安全呵护。东风本田竞瑞的DA智能屏互联系统,实现了智能手机与7英寸超大屏幕的完美结合,集合影音播放、智能互联、油耗显示、蓝牙通讯等多种功能,使驾乘体验更符

合年轻人的乐趣。动力方面,竞瑞(GIENIA)搭载了本田“地球梦科技”1.5L缸内直喷发动机,最大功率96kW,峰值扭矩达到155Nm,匹配CVT无级变速器/5速手动变速器,百公里5.6-5.7L的综合工况油耗也表现得十分出色。 余音

法系旗舰,东风雪铁龙C6耀目上市



东风雪铁龙全新高级轿车C610月17日在京上市。作为国产新一代法系旗舰,此次上市的C6配备1.6THP和1.8THP两款发动机,匹配6速手自一体变速箱,共计4个级别,5款车型,售价为18.99万-27.99万元。

作为新一代法系旗舰,

C6是雪铁龙最新领先舒适理念下的战略车型,从惬意、便捷、净谧、简单这四个消费者核心利益点出发,融合了东风雪铁龙对中国市场的深刻洞察和理解。

注重美学与力量之间的调和,C6基于能量美学设计理念,采用全球新一代雪铁

龙家族前脸,进气格栅、大灯、Logo融为一体,凸显高雅气韵。2900毫米超大轴距,为驾乘者营造出宽敞的车内空间。精致的法式宫廷箱包设计元素融入内饰,呈现独有的法式奢旅风范,在精雕细琢中营造出当今车市难得一见的别样风采。

C6的底盘和悬架结构采用前麦弗逊式+后五连杆独立悬架,AMCS大师级平顺底盘结合液压减震和1Hz控频技术,兼顾舒适与操控。

为打造一款极具安全感、成熟可靠的高级座驾,C6整合拥有全景泊车系统、自适应巡航跟停功能、主动紧急刹车系统、智能识别限速技术、车道偏离预警、行人识别等人性化的“黑科技”,让用户平添驾驶乐趣。

C6搭载的1.6THP和1.8THP两款涡轮增压发动机,前者最大功率为123kW,后者最大输出功率为150kW。全新PureTech绿净动力系统完美平衡动力、油耗、排放,减少油耗和排放的同时爆发更强劲动力。 余音



今年斯柯达第四个品牌日活动10月20日在杭州举行。斯柯达携全系车型亮相现场,同时举办了全新速派的试驾及自行车骑行活动,集中彰显斯柯达品牌倡导的“更加积极的生活方式”。

今年1至9月,斯柯达共向消费者交付汽车225200辆,同比增长12.8%。9月份,斯柯达在中国创造最高单月销量记录,终端销量达32000辆,与去年同期相

比增长34.4%。斯柯达将进一步加强在华业务,全新SUV车型KODIAQ将于11月份的广州车展首次与中国消费者见面,并计划于2017年上半年在中国上市。

作为品牌SUV车型攻势的一部分,另一款专门为中国市场需求量身定制的基于KODIAQ的衍生车型也在研发之中。斯柯达与上汽大众还将为中国市场开发一款紧凑型跨界多用途车型(CUV)。阿晖

自2005年进入中国市场伊始,LEXUS雷克萨斯中国截至2016年10月13日,在华累计销量已突破60万台。其中,2016年1-9月,雷克萨斯在华销量达77919台,同比增长率达33.8%。

目前,雷克萨斯为中国市场引入了16大系列24款车型。与此同时,旗下三款处于黄金周期的主力车型,更在各自细分市场屡创佳绩,其中,中大型豪华行政轿车ES 1-9月销量共计33430辆;中大型豪华SUV RX 1-9月销量达13282辆;中型豪华SUV NX 1-9月销量为22053辆。

今年1-9月,包括中大型豪华运动轿车GS、中型豪华运动轿车IS,以及全新中型豪华跑车RC在内的雷克萨斯豪华运动后驱车型销量也同比大增,展示了雷克萨斯兼具驾乘舒适与澎湃动力的独特魅力。

雷克萨斯以近80%的市场占有率在中国豪华汽车混合动力市场处于领先地位。截至2016年9月,中国有逾10万名雷克萨斯全混动车主,这意味着全球每10位雷克萨斯全混动车主中就有一位来自中国。宝龙

雷克萨斯在华累计销量破六十万