

车行天下



广州本田汽车

周口得邦特约销售服务店

地 址:周口市建设路 8 号

销售电话:0394-8908666

售后热线:0394-8908888

一周车市

声音>>>

“通用汽车无须削减退休员工福利”

1 月 9 日，面临破产危机的美国通用汽车公司首席执行官里克·瓦格纳表示，该公司可以维持长期运营而不必削减退休员工福利。瓦格纳准备参加下周新一轮的劳资谈判。

数字>>>

930 万

上周，中国汽车工业协会的最新统计数据显示，2008 年，中国汽车市场总体上保持了相对稳定增长，总销量超过 930 万辆。

64.4 万

1 月 9 日，中国乘用车联席会议公布的数据显示，在刚刚过去的 2008 年的 12 月份中，销量出现了小的“井喷”行情，达到 64.4 万辆，创出历史单月销量之最。

速览>>>

上海将提前实施
机动车排放“国四标准”

上海市环保局上周四宣布，经国务院批准，上海将于 2009 年 11 月 1 日起，提前实施国家机动车第四阶段排放标准（简称国四标准），同时停止销售、注册不达标车辆。

此次提前实施的“国四标准”等效于 2006 年以后欧盟成员国执行的“欧 IV”标准，对机动车排放控制更趋严格，需要在符合“国三标准”的基础上再进一步降低 30% 至 50% 的污染物才能达标。按照标准规定，全国范围内最晚将于 2011 年起实施。

尹家绪卸任长安董事长

1 月 8 日，记者从长安汽车获悉，尹家绪卸去了长安汽车集团内的所有职务，而徐留平将接替尹家绪担任该公司董事长。记者了解到，卸任后，尹家绪仍然担任中国兵器装备集团公司副总经理和南方汽车总裁。

（新华）



悬念 1 小排量车成消费首选？

燃油税的实施，购置税的探讨，让精品小排量车大受裨益。2009 年将成小排量车大发展的年头，究竟能否在这一年崭露头角，不仅影响中国未来车市的走向，且关系着我们将来的生存环境。

目前来看，政府对汽车消费的鼓励是围绕“节能减排”4 个字来展开的。如有关部门提出鼓励低排量车（如 1.6 升排量以下的轿车）的生产和销售，将适当减免一些购置税。

就整体环境而言，精品小排量将大有作为。可大胆预测的是，将来，马路上到处都是小排量车，人们不再攀比“大”，最有面子的就是开上小排量车，利己利环境。

悬念 2 新能源汽车成牛年翘楚？

2008 年的第 29 届奥运会是新能源汽车发展的一次良好契机。据绿色奥运承诺粗略估算，2008 年，仅北京市场的电动汽车的需求量就达到 20 万至 40 万辆。在国外，购买新能源汽车将获得政府的财政补贴，2009 年这一政策有可能在国内实施。财政部将采取措施，对购买新能源车的消费者直接进行财政补贴，并通过税收政策从生产和使用环节支持新能源车的发展。初步预计到 2012 年，财政部将投入 200 多亿元推广新能源车的使用。财政部还在研究通过减免所得税、进口税收优惠等政策，支持企业加大对新能源汽车的投入和技术改造的力度。同时还将通过汽车消费税等各种税费政策，引导节能与新能源汽车的消费。

悬念 3 高油耗的老旧车辆消失？

“加速老旧车辆的更新，老车耗能高、污染大，对提前报废的车，报废后更新为节能、环保车，应给予鼓励政策。”日前，交通部提出鼓励加快淘汰高油耗的老旧车辆，对这些提前淘汰的车辆实行一定的经济补偿的办法，加快运输企业车辆的更新，且改变原来大修理的模式，车辆不再进行大修，而是适时更新。可预测的是，2009 年，在街上或许再也看不到老旧车辆了。

悬念 4 进口车低价进入中国？

受金融危机的冲击，欧美车市的寂寞，让国外汽车巨头们集中发力中国市场。来自海关

的数据显示，2008 年前三季度的汽车进口与往年同期相比有大幅增加，奥迪、宝马、奔驰等也加大了进口车的导入力度。在经济低迷的情况下，欧美汽车巨头势必会将更多进口车引入中国，而要想在中国车市取得更大的市场份额，进口车的价格竞争也将会更加激烈，或许 2009 年的进口车将会以低价进入中国市场。

悬念 5 自主品牌大幅提升品质？

目前，合资汽车企业有两种变化，或许会对自主品牌是个冲击：一是价格，合资企业所生产的车型的价格都在下降。二是小型车，过去合资企业不愿造小车，现在也开始在做了。这对自主品牌来说显然是有了比较大的压力。以前，自主品牌的优势是价格低，而现在随着消费的成熟，低价已无法真正吸引眼球。因此，2009 年，自主品牌必须加大创新，特别是创新价值，很好地处理自主品牌小车价值与价格的关系，生产出适销对路，高技术、高性能的优质小车，以应对汽车市场的激烈竞争。

悬念 6 兼并重组将出新消息？

由自由竞争到垄断竞争，再到寡头垄断，这是产业经济规律。当前的金融危机将使汽车行业遭受重创，世界各国许多表现不佳的汽车生产商因此一蹶不振，公司合并、破产将会频繁出现。最优秀的企业经历危机后，会更加强大，其竞争者将被淘汰出局。

而国内汽车消费总量的收缩将加剧企业间的惨烈竞争，重组将风起云涌，中国首轮大规模的汽车产业洗牌或许就此拉开帷幕。业内人士指出，从有关部门近期释放的信号来看，行政兼并将是今后国内汽车企业重组的主导形式。一些重组消息不绝于耳，但是尚未见到实质性的突破。在政府的强力干预下，2009 年或许会有惊人的新消息。

悬念 7 今年车价还会继续降？

在今年车市不被看好的情况下，各大汽车品牌要想在市场上杀出一条血路，或许降价仍将是主要竞争措施。而这个价格首先将从高端豪华车市场开始，然后影响到中高端市场，并最终辐射至经济型车市场。价格的逐级下探，将使价格区间在 10 万元左右的车型面临更加

激烈的竞争。因此，10 万元左右车型的价格将如何降，将是摆在车企面前的一道应用题。

悬念 8 厂家目标转向二三级市场？

目前一级市场的车市已处于相对饱和状态，在 2009 年车市不被看好的情况下，各大厂家会纷纷将目光转向二三级市场。而要想在 2009 年保持市场份额，就必须发力二三级市场，才能把份额提升起来。或许，谁在今年抓好了二三级市场，谁就有可能真正抓住了 2009 年的救命稻草。

悬念 9 中国元素成汽车主流

2008 年上市的一系列新车都与一个曝光率很高的词儿联系到一起——中国元素。中国元素指的是什么？有人认为：就是为中国消费者量身定做；还有人认为：是体现中国文化特征、中国消费者个性需求的那些“原子”。融入中国元素的汽车产品，往往出自合资企业，一方面满足中国消费者的个性需求；另一方面，也表现出企业外努力融入中国社会、中国文化的强烈意愿。

2009 年的中国消费者，到底需要什么样的车？首先，产品质量、服务要好，价格也要合理，这些都是共性的需求；另外，由于中国特有的文化、历史背景，又有个性需求，而这些是完全引进产品所难以实现的，因此，要具备中国元素。但是，具备中国元素不能以牺牲品质为代价。

2009 年，或许那些具有“中国元素”的高品质汽车将大行其道，注意这里有个定语“高品质”。

悬念 10 自主品牌强攻 C 级车？

自主品牌纷纷诉苦，做小型车会遇到上端车型的挤压，做大型车又很难突破，最后只能是越做越死。这种担忧也许是对的，但不应该过于悲观，因为这只是暂时的。

如果自主品牌向上突围第一步成功了，就有继续上行的动力。但如果只是做低端车型的话，体量再大，也不可能与合资品牌竞争。因为在汽车行业，企业竞争的决定因素是质量和技术。自主品牌发展不仅要针对中国市场，更要针对全球市场，要提升自己，做更高级别的车也是一种必然。众所周知，C 级车市场是政府用车的主要市场，自从政府放言全力支持自主品牌的发展后，自主品牌相继规划自己的 C 级车。另外，自主品牌都在造小车，而合资品牌目前也在造小车，价格在下探，对自主品牌是个严峻的挑战，因此，2009 年，自主品牌有可能强攻 C 级车市场，成其竞争中的另一撒手锏。（新华）



周口每周车讯

品牌	车型	参考价(万元)	经销商	地址 电话
雅阁	2.0L 手动	17.58	周口得邦	建设路 8908666
雅阁	2.4L	21.68		
CITY 锋范	1.5 标准	9.68		
新飞度	1.3L 手动	8.38		
奥得赛	舒适型带天窗	23.38		
捷达新伙伴		7.48	周口宝捷	周淮路 8592288
新宝来	1.6 手动时尚型	10.6		
速腾	1.6 手动时尚型	12.58		
迈腾	1.8TSi	17.18		
比亚迪 F6		7.98—12.68	亿顺公司	太昊路 8306666
比亚迪 F3(白金版)		5.68—9.68		
比亚迪 F0		3.69—4.69		
力帆 520	1.3L 舒适型	4.88—5.16	汽车超市	车站路 6197219
力帆 620	1.6L	6.98—7.38		
丰田卡罗拉	1.6L 舒适型	13.28		
上海华普海尚	1.3L 标准型	5.28		
中华骏捷	1.8L 豪华型	10.58		