

新政策描绘产业发展方向 新能源车是亮点

今年中国车市 驶入结构调整深水区

春节期间记者走访车市发现,消费者对中高级车型、新能源车的关注度提升,各大车企的竞争明显向更高的细分市场倾斜。

春节前后,大多数车企今年的营销新政已经出台,重点研发生产新能源车;把握政策风向,抢夺新兴市场……可以说,尽管今年没有太多相关政策的扶持,国内汽车消费增速逐渐减弱,但汽车市场受政策左右的态势依然明显。

中国车市受政策影响变化很大,车企对政策变化也非常敏感,今年更将如此。亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉预测,今年车市销量增幅虽然不会太大,但结构性调整却会表现很明显,无论是车型还是车企的渠道布局都将发生很大变化。而这种变化,在春节前后已经显现。

作为“十二五”的第二年,2012年将有众多汽车行业法规条例正式施行,其中酝酿了7年之久的“汽车三包”在春节前公布了第二次征求意见稿,向外界传递出积极信号。另外,还有部分处于征求意见状态的新能源标准及产业法规即将正式颁布。各大车企更是翘首以盼,一边加速企业内部转型,一边期待更大力度的政策支持。可以说,伴随着产业政策的逐渐明确,汽车产业发展目标愈发清晰,也描绘出汽车产业发展的未来。

政策护航新能源产业化

业内专家普遍认为,2012年汽车产业的相关政策将由以促进汽车消费为主,向鼓励汽车产业健康发展转变,同时体现了国家促进汽车节能减排和技术进步的政策取向。也就是说,新能源车的发展将是今年的亮点,而其他政策也都将围绕“调整”这个主题。

眼下,屡次爽约的《节能与新能源汽车产业发展规划(2011-2020年)》出台日期日益紧迫。作为新能源汽车实现大规模市场化的关键一年,2012年,相关政府部门、行业协会以及汽车企业,都会从不同角度发力,共同推动新能源汽车产业的快速发展,而政策的护航目的也将更加明确。

随着国家推广节能和新能源



车的鼓励政策逐渐进入实施阶段,中国新能源汽车的产业化推广之路正在被铺平。据悉,我国已经形成了国家标准委、科技部、能源局和工信部共同组成的电动汽车标准化工作协同机制。截至目前,电动汽车充电设施相关标准计划项目已出台25项。

事实上,“十二五”规划在政策上对汽车行业节能和新能源方面的倾斜,从今年初就已体现。1月1日新车船税正式实施,纯电动汽车、燃料电池汽车和插电式混合动力汽车免征车船税,其他混合动力汽车按照同类车辆适用税额减半征税,这被业内视为对新能源汽车扶持加快的信号。

地方规划的率先突破,也在助推示范城市的新能源汽车产业进

入快车道。按照北京市对外发布的《北京市“十二五”时期新能源和可再生能源发展规划》,今年北京市将在公交、环卫等领域进一步推广新能源车,在出租车领域开展应用示范,逐步推广私人购买电动汽车,争取今年年底在全市私人领域推广新能源汽车3万辆。

国内车企发展获得支持

对市场增长预期的减弱,业内纷纷将目光锁定在行业整合上。2011年11月4日,工业和信息化部正式发布《乘用车生产企业及产品准入管理规则》,对具备一定条件的大型车企,在企业集团统一规划、统一管理的前提下,其下属企业的准入条件可以适当简化。

与此同时,根据《关于“十二五”期间促进机电产品出口持续健康发展的意见》,鼓励25个重点行业的100家排头兵企业建立健全境外营销网络和售后服务体系;继续抓好汽车及零部件出口基地建设;完善汽车、摩托车规范出口秩序办法。按照要求,今年国家有关部门须制定并发布《汽车行业出口发展规划》,修订《规范汽车出口秩序管理办法》,政策调控落实中国汽车出口的战略目标。

市场将出现结构性调整

记者调查发现,在国家鼓励新能源车发展的各类政策助推下,各大车企纷纷加快新能源车研发、推出的步伐。相关统计显示,今年将有混合动力、纯电动等几十款新能源车上市,从占据车市的一隅至不断扩张。而重点推广地区,也会先是那些有扶持政策的城市。

在产销计划制定和渠道推广上,各大车企也因各地可能出台的新政而进行了相应的收缩与调整。“今年全国很多二三线城市都可能会有新政出台,进一步强调城市建设及城市交通方面的事,而针对这些地区,市场推广计划必须专门调整。”一位合资车企老总告诉记者,不同于前几年的全面大步扩张,今年各车企的市场战略会根据不同地区的特点做出更细化的调整。

颜景辉特别提醒各大车企,在今年一定要在市场和产品推广方面花更多的心思,进一步加强体验营销的研究和推广。此外,颜景辉还建议,在新能源车方面,车企在推广好产品的同时,更应积极地走在政府前面,“不要一味地等政策,而应该自己先行一步,从方便消费者的角度出发,更切合实际地做一些对客户有用的事。”颜景辉说。

不少专家的意见与颜景辉类似,大家普遍认为,如果说2011年是抱团取暖,那么2012年就是联合发展。今年汽车行业的主题是联合,在各类支持政策的引导下,各大车企将进一步调整,最终稳定经营,继续前进。而车市的结构则会随着各大车企的经营方向调整而不断发生变化,出现一个新局面。

(据《北京商报》)

有为人,驾享合一!

梁朝伟代言雪佛兰迈锐宝

本报讯 他是《花样年华》里欲爱愈忍的周慕云,亦是《色·戒》中少言寡语的易默成,他用眼神演戏,以本色演绎,每一个角色都驾驭自如,魅力十足。著名演员梁朝伟携手国际知名汽车品牌雪佛兰于2012年全新出击,驾享独属迈锐宝车款的有为人。

据悉,2012年新年之际,梁朝伟正在东南亚、香港等地与新搭档雪佛兰迈锐宝一同拍摄大片,这位华语影

坛的重量级影帝看起来神采奕奕。而仅今年上半年由梁朝伟主演的电影《大魔术师》《一代宗师》和《听风者》将连番登场,更让人感受到2012呼啸而来的首先是久违的“梁氏”风暴。“人们只知道我将角色演得很好,但其实内里的东西全是我。”在早前的一次采访中,梁朝伟便透露了对于表演的独特理解和把握。在影帝的心目中,比起一味的角色塑造,和纯粹的人物把握,由内而外的神形兼修

显得更为重要。

同样,对于汽车品牌的代言,影帝的选择也是慎之又慎。此次重磅签约国际知名汽车品牌雪佛兰,算是梁朝伟与汽车品牌亲密接触展开系列合作的“头一遭”。雪佛兰2012最重磅的迈锐宝将携手影帝梁朝伟,一起演绎一段有为人生的驾享故事。

说起荧幕背后的梁朝伟,形容词或许离不开成熟、真诚、质朴、本色、坚持自我。身为屡次获得香港电影金

像奖和台湾电影金马奖最佳男主角的演技实力派,梁朝伟忠于自我的人生态度,早已为业内所称道,而这也恰恰与雪佛兰迈锐宝“真我本色有为人”的车格不谋而合。

雪佛兰迈锐宝在国际上名声斐然的实力地位有目共睹,影帝梁朝伟在娱乐圈稳坐龙头的强大气势也毋庸置疑,两者气质上一脉相承,更是相互映衬。相得益彰的出位本色,配合着车格与人格的完美统一,将这

明星代言变得充满魔力诱惑。

“未来,为我而来”,作为国际知名的汽车品牌,雪佛兰致力于对中国年轻有志族群有影响力的活动,也将明星代言的诉求从纯粹的商业化中脱离出来,落实到精神层面的高度契合。从满载回忆的经典银幕巨作《变形金刚》里的惊鸿一瞥,到时下正夯的感动青春励志微电影“11度青春”系列的大力打造,雪佛兰始终以独特的触角打动着一代人的内心;从携手“摇滚一哥”汪峰,助阵演唱会激荡起生命的怒放,到此番签约影视界“万人迷”梁朝伟,迈锐宝真我本色,驾享合一的理念始终贯穿于其亮相公众视野中。

(雪佛兰)