

# SUV 市场增长不可遏止



中国最火的汽车品类当属 SUV，继 2010 年实现了增长率 100% 的销量暴涨后，2011 年再度获得了超过 20% 的增长，年销量达到 160 万辆。与此同时，SUV 在乘用车整体市场中所占的份额也攀升到了 12%。在乘用车四大品类中，SUV 已经从当年与 MPV 一样的非主流品类，发展成为仅次于轿车的主流品类。据中汽协数据显示，今年 1~8 月份 SUV 销量达到了 126.6 万辆，同比增长 31%，在整体低迷的车市中一枝独秀。

虽然 SUV 在国内市场上比重已达 12%，但也只及美国市场上 SUV 比重的一半，故此被普遍认为仍有巨大的增长空间。而在未来数年内，以下几个因素也将继续支撑国内 SUV 市场高速发展：其一，2003 年车市井喷以来的车主人群，已相继进入换车及二次购车期，并且该人群数量在未

来七八年内仍将保持增长。而无论换车还是购买第二辆车，中国车主都更倾向于选择档次更高、功能更强的车型，SUV 将从中受益。其二，随着汽车改变生活方式这一观念的深化以及各主要城市的限购趋势，首次购车人群也将更多地考虑一步到位、购买功能更全面的 SUV 车型。其三，从宏观上看，中西部地区已成为中国车市的主要增长点。中西部的地理特点，决定其对 SUV 车型的需求，将继续高于东部沿海地区。

长期以来，SUV 市场的主力军是中型 SUV，它们的排量大多为 1.8L~2.5L，比如 CR-V、ix35、途观、奥迪 Q5、哈弗等，中高级轿车与它们的价位和排量比较重叠，但中高级轿车毕竟不是轿车市场份额最大的一块，所以即使这类 SUV 卖得很好，其地位在人们印象中总是居于轿车

之下，与轿车市场也只是“井水不犯河水”的关系。

而上海通用昂科拉的推出，让我们看到 SUV 产品小型化的动向以及未来 SUV 与轿车直面竞争的可能。姑且勿论 SUV 最终能否取代轿车的主流地位，或者这一过程需要花费多长时间，但现在越来越多的轿车车主及准车主转投到 SUV 阵营，已经是一个不争的事实与趋势。而在中国市场上，轿车的主力价位是在 10 万~20 万元之间，中级车份额比例最大。

SUV 小型化不仅体现在尺寸上，也体现在排量上。随着大众 1.4T、通用 1.4T 等增压引擎的应用，合资品牌 SUV 销量中 2.0 以下排量的比重，已经由 2009 年的不足 1%，增长到如今的将近 10%。除了昂科拉外，奥迪 Q3、斯柯达 Yeti、日产 Juke、福特翼搏都将引入国产，并由此带动

国内小型 SUV 的兴起。

有国外机构曾做过一个有趣的模拟测试，结果显示：假如马路上行驶的 SUV 数量达到三成，则 SUV 的市场增长将不可遏止，直至取代轿车成为第一主流品类，原因是轿车行驶时视线会频繁被前方的 SUV 所遮挡，驾驶难度和安全隐患增加，因此轿车车主会转投到 SUV 阵营中。目前轿车仍是国内车市消费的绝对主流，但当 SUV 与绝对主流车型（中级车）争夺最主流的消费群，并且拥有同等甚至更丰富的车型选择时，按照其销量增长态势，SUV 成为第一选择、第一主流的车型是迟早的事。

（羊晚）



## 奇瑞与捷豹路虎 合资项目获批

近日，奇瑞与捷豹路虎合资项目已经通过国家发改委的审批，不日即可启动工商注册等相关事宜。

根据奇瑞捷豹路虎今年 4 月向国家环保部提交的环评报告，奇瑞捷豹路虎合资工厂落址江苏常熟，年产能规划为 13 万辆，总投资额为 120.9533 亿元。从今年 3 月 21 日双方宣布合资到通过最终审批，奇瑞捷豹路虎以闪电般的速度拿到了据称或将是最后一个汽车合资项目。

按照合资计划，合资公司将建设整车厂、发动机厂和研发中心。工厂将于 2014 年 7 月竣工投产。在一期 13 万辆产能规划中，双方将生产 3.4 万辆揽胜极光、4.3 万辆神行者 2 代、2.3 万辆合资自主品牌汽车以及 3 万辆捷豹轿车。通过扩建等措施，奇瑞捷豹路虎的年产能将达到 25 万辆。

发动机工厂方面，13 万台的初期产能将做如下分配：12.5 万台排量为 2.0L 的 TGD1 发动机、5000 台排量为 3.0L 的 V6 发动机。后期，双方还将投产排量为 1.6L 的 TGD1 发动机，以满足 SUV 车型日趋小排量化的市场趋势，以及日趋严格的乘用车燃油限值标准。

作为自主品牌“老大哥”的奇瑞，无疑想振兴本土汽车品牌。然而，单打独斗了若干年，奇瑞在营销、渠道、产品等多个层面碰壁，终难无师自通。有了与捷豹路虎的合作，给了奇瑞“师夷长技”的机会。事实证明，上汽在经营荣威品牌时的不少经验正来自于大众、通用的合作。面对稳赚不赔的买卖，选择合资的奇瑞无疑是明智的。

（许方华）

广告