

1月主流车企销售全线飘红

中国汽车工业协会的最新统计数据显示,1月中国汽车产销环比和同比均呈明显增长,其中销售203.45万辆,环比增长12.41%,同比增长46.38%。业内人士表示,尽管1月销售数字与车市未来走势没有直接相关性,但随着1月销售数字陆续出炉,国内主流汽车厂商似乎正在扭转去年微增长的颓势,欲将车市重新拉回到10%以上的增速。

德系品牌表现突出

1月德系车表现最为突出,共销售32.8万辆,环比增长56.06%,同比增长69.6%,占乘用车销售总量的19.01%,占有率环比增长4.64个百分点,同比增长2.35个百分点。

上海大众以16万辆同比增长45.46%,其中旗下全新桑塔纳上市1个多月累计销售破万辆。业内人士分析认为,上海大众去年12月销量仅为7.5万辆,明显偏离正常水平,今年1月的销量应包含部分去年12月“隐藏”的部分。

同时,一汽-大众两大品牌共计销售143040辆,大众品牌销售105612辆,奥迪品牌销售37428辆。

由于今年大众品牌希望全面超越通用,重登在中国市场销售冠军的宝座,因此1月漂亮的销售数字也为其新一年产销目标的实现赢得了良好开局。

美系品牌增长迅猛

尽管美系品牌在1月的表现没有德系品牌那么突出,但同比两位数的增长依然为今年销售目标的完成开了一个好头。

按照上海通用发布的数据,该公司旗下别克、雪佛兰、凯迪拉克三品牌1月共销售16.14万辆,同比增长26.7%。创出历史新高的同时,也刷新了乘用车企月销售纪录。

福特汽车在华乘用车合资企业长安福特1月销售43269辆,同比劲增136%。

“过去的龙年让我们为之骄傲,福特在中国市场赢得了更多消费者的青睐。”福特汽车

(中国)董事长兼首席执行官罗礼祥表示,新年伊始,福特继续保持强劲的增长势头,同时承诺到2015年前,向中国推出15款新车,实现产能和经销商网络翻番。

日系品牌终止连跌

去年在中国遭遇负增长的日系品牌,也在1月迎来了回暖。

丰田1月同在华合作伙伴在中国市场销售了7.25万辆车,同比增长23.5%。

本田1月旗下两家合资企业在中国市场的销量为4.72万辆,较上年同期增长22%。其中东风本田销量为2.46万辆,同比增长20%;广汽本田销量为2.26万辆,同比增长24%。这是自去年9月以来本田在中国市场的月度销量首次实现同比增长。

此外,日产同比增长也高达22.2%,为去年9月以来时隔5个月再实现同比正增长。

业内人士认为,1月的季节因素在日系车反弹中起到了重要作用,目前断言日系品牌在

华已经翻身还为时尚早,日系车能否从颓势中走出,仍需看全年的市场走势。

自主品牌也很乐观

1月不仅合资品牌业绩不错,自主品牌也大多取得了超过10%的增长。自主品牌乘用车1月共销售74.73万辆,环比增长8.53%,同比增长53%,占乘用车销售总量的43.31%,占有率同比增长1.22个百分点。

1月长城汽车在自主品牌中表现最为耀眼,据长城汽车新闻发言人商玉贵介绍,1月长城汽车共销售7.2万辆,同比增长113%;同样,奇瑞1月销量也突破了6万辆,同比增长54.4%;比亚迪1月共销售5.58万辆车,同比增长85.2%,创下新高。

采访中,面对1月销量的高增长,多家车企负责人表示,现在判断今年车市总体形势还为时尚早,一季度的整体成绩才是考验实力的试金石。

(蓝朝晖)

春节假期“调整恢复”是主基调

车市2月负增长几成定局

经历了去年12月的年终翘尾、今年1月的高开,2月因春节假期,全国各地汽车市场实实在在地进入了调整恢复期。同时,因春节前的火爆销售,目前绝大多数热销车型库存紧张,且由于假期物流等因素的影响,市场人士预测,车市在2月之内都不会有太大起色,销售同比、环比均将呈现负增长,进入3月才会逐步恢复正常。

春节购均冷

春节期间记者走访车市发现,在1月普遍收获了开门红后,绝大多数经销商没有为今年的春节假期制定特别的促销计划,多数4S店正常休息,虽然也有店开门迎客,但通常是采取轮流值班制,并不急于卖车。

以北京地区为例,除了亚运村汽车交易市场(以下简称“亚市”)在农历初四就已正式营业外,其他如欧德宝、东方基业等汽车交易市场都按照国家法定假日休足了才开门。据欧德宝汽车城一位负责人介绍,其实早在春节前一周,很多经销商就已经不再抢着卖车,“一方面是买车的消费者均已完成了购买;另一方面,经历了去年底至今年初的热销,很多车型库存严重不足,没有了压力的经销商普遍开始回收价格”。

的确,亚市的统计显示,春节前一周市场成交量开始明显下降。此外,据亚市副总经理颜景辉介绍,由于休假物流供应不充分,春节后短期内经销商库存补给不上,整个2月车辆供应都会很紧张。“可选车型有限,价格上的刺激也不大,现在逛车市的消费者购买意向并不高。”正如颜景辉所说,记者在走访中发现,近日消费者到车市多是以看为主,成交的很少。

此外,从各家4S店反馈来的消息也可以看到,今年春节假期销售较往年冷清。采访中,多位4S店负责人告诉记者,春节期间,虽然安排了员工值班,但成交量几乎为零。

一家一汽-大众4S店的销售经理说:“春节期间天气还算不错,消费者大多选择了外出游玩。而且,由于假期买了车也不能上牌照,现在交规又非常严,为了避免因无牌驾驶遭到惩罚而推迟购车,也是近期销售冷清的一个原因。”

3月将逐渐恢复

就汽车市场的规律而言,春节前后是销售的淡季,而因为今年春节是在2月9日,节前的优惠回收加上节后供应恢复需要时间,使得

整个2月都不会太旺。“春节前一两周左右开始,直至农历正月十五前,都是车市的调整期。”颜景辉称,亚市开市后的几天成交量很小,且这种情况将一直持续至月底。

记者走访市场后发现,目前京城车市部分车型已无车可卖,也使得京城汽车市场销售量上不去。一位上海大众4S店负责人告诉记者,目前现车很少,所有车型货源都很紧张,需要提前预订。“我们也想多卖车,但厂家产能紧张,我们也没有办法。”该负责人说。

“京城部分车型短缺和经销商在年初必须保证利润等原因,使得车价上升,这也使市场上的观望情绪增加。”汽车资深专家苏晖认为,2月已经过去一段时间,今年情况与往年不同,春节假期等因素导致市场人气很差,2月很可能形成汽车市场销售低谷。

全国乘用车联席会秘书长饶达表示,去年2月是闰月,因此有21个工作日,今年2月由于有春节假期,仅有17个工作日,市场环比销量大幅度下降是必然的。“根据经验,今年2月环比降幅超过35%也属正常。”饶达说。

不过,多位专家也预计,随着厂家供货的逐步恢复,以及天气逐渐转暖,消费者乐于走出家门来到市场看车选车,车市3月后将一天天热闹起来。据多家合资、自主品牌经销商透露,针对节后车市恢复,他们正在策划新的促销方案。“新的促销方案将在2月底3月初推出。”一家北京现代4S店的负责人说。

而且,据估计,厂家也会适时给出相应的支持政策,帮助经销商们打响春季销售战。

“稳”是今年主基调

综观全年,颜景辉预测,“从北京来看,3月车市将步入正常,未来将以每月新车5万辆左右、二手车6万辆的水平温和前行。同时,从全国来看,也会是这样一种态势,预计今年不会有跳跃式的增长或是下降”。

与颜景辉的说法类似,很多专家都认为我国汽车市场近几年都将以“稳”为主基调。不过,专家们也同时指出,与往年相比,今年车市仍将呈现出一些新特点,如以旧换新更快速增长。

据分析,就全国而言,随着机动车保有量的不断提高,二次消费、汽车档次的升级将是一个明显的趋势,而换购比例的提升在今年会表现得更加明显。“特别是一二线城市,超过200万辆保有量规模的城市,以旧换新比例将

快速上涨。”颜景辉说,从经济型车到中高级车,从轿车到SUV,有车一族对车辆更新升级的需求,是拉动新车销售的一个重要因素。

苏晖也表示,未来几年,以旧换新将是车市增量的一大重要因素。同时,包括北京在内的很多城市对以旧换新给予的政策支持,更将进一步刺激车辆消费。数据印证了专家的说法,据悉,由于老旧机动车补贴的延续,和报废老旧车辆补贴的增长,今年1月北京老旧车报废量同比增长超过了10%,而因此产生的购车名额,无疑将是今年车市一个新的增长点。

另外,二手车大流通也在逐步完善、高速发展,这种新的营销模式将拉动新车销售。“二手车大流通将有效促进全国二手车市场的发展。而我国多数一二线城市眼下都已经进入了第一批换车周期,大流通模式将助力这些城市用二手车促进新车销售。”北京旧机动车交易市场一位负责人称,二手车大流通的积极作用已经开始表现出来,去年二手车交易明显上涨,今年拉动效果将更明显。

链接

今年车价不会再大起大落

车价变化一向是消费者最关注的焦点,去年从豪车市场开始的价格战,几乎牵动着整个行业的神经,影响面之大难以估算。展望今年,有专家预测,与去年的大起大落相比,今年车价将趋稳,虽然不排除个别时段、个别车型会有阶段性的大幅优惠,但就整体市场而言,无论豪华车还是中高级车、经济型车,价格与去年相比都会稳很多。

“去年豪车火并多是主力车型,如奔驰S级的率先降价,对细分市场以及整个行业的影响都很大。”颜景辉说,这类主力车型挑起的大面积价格战,对品牌和商家利润来说都有特别大的负面影响,“去年厂家已看到了这种价格战的不好影响,再这样以价换量,最后很可能造成量价齐跌,就很危险了,所以今年厂家对经销商的这种行为肯定要控制”。

此外,有市场人士分析,经历了去年车价跳水式的大起大落,很多经销商也已经没有能力再去打价格战了,因此,今年大家都会在促销上更冷静理智,尽量避免出现车价大起大落到难以控制的局面。

(据《北京商报》)

菲斯科有望与中国车企合作

日前,有海外消息称,美国电动车制造商菲斯科已经收到了多家海外企业的合作意向,这项合作将于未来几周内产生结果。而根据此前的相关消息,菲斯科已经与至少4家中国企业有过接触。

据消息人士透露,在过去的几个月,菲斯科已与包括东风汽车、吉利汽车和北汽在内的多家中国汽车企业有过接触。该消息人士说,“合作有望在3月中旬达成”。

资料显示,菲斯科旗下的名为菲斯科·卡玛的电动超跑采用隐秘和运动两种驱动模式,在以锂离子电池为驱动来源的隐秘模式下,菲斯科·卡玛能连续行驶80公里。而锂电池和发动机共同驱动的运动模式,则可将续航里程延长至483公里。但是,在菲斯科·卡玛电动车发布后(2011年12月开始在美国销售),菲斯科遭遇了一系列产品质量和资金问题。菲斯科迄今已经停产超过6个月,因此该公司在全球范围内寻求合作伙伴,并急于在中国与中东市场实现突破。

路透社称,目前菲斯科已经同中国的经销商集团广汇进行了谈判,后者业已签署协议在中国销售菲斯科车辆。菲斯科将求援重点放在中国的主要原因之一在于,中国政府支持本土车企从海外获得“绿色”环保节能汽车技术。中国计划到2015年纯电动车和插电式混合动力车总量达到50万辆,2020年达到500万辆。

菲斯科计划筹集2亿至3亿美元的资金。据消息人士透露,菲斯科或许将与两家或者两家以上的企业达成战略合作。战略合作将使菲斯科拿到开发第二款新车的资金,这对经历召回和资金链出现问题的菲斯科而言,将极大地提升其投资者的信心。(北商)