

# 广州车展展现 2014 车市云图

作为本年度车坛最后一场盛会,上周举行的2013广州车展成为车企展示实力的舞台。各大厂商各种新车和新战略的出台,无疑是在为2014年车市的征程吹响号角,以期在明年谋求更大的市场机遇。2014年车市的风云诡谲,已然在广州车展拉开序幕。

## 日系强者回归

作为多家日系车企的大本营,广州车展的重要性自然不言而喻。2012年,日系车遭遇自进入中国以来的最大危机。面对市场下滑,日系车企并没有一蹶不振,开始反思后的大调整。在经历了一年的郁闷后,日系车终于在金九银十到来之际,长出了一口气。10月,三大日系车品牌丰田、日产、本田销量分别同比增长80.6%、128%、212%,今年以来日系在华市场份额增长了5个百分点,这些数字也让日系车企可以高昂着头开始广州车展之旅了。

东山再起,强势逆袭的日系品牌在今年的广州车展上都有新车发布。丰田携手一汽丰田、广汽丰田以及雷克萨斯共同参展,近50辆主力车型集体亮相。本田全新SUV概念车concept V进行了首发,并将在广汽本田和东风本田量产,搭载了FUNTEC先进技术的本田品牌车型也悉数亮相。日产将加长轴距的新天籁·公爵推向市场,途乐和新GT-R的登场也表明其在进口车方面力度在加强。与此同时,各大日系品牌在经历了前10个月的调整

之后,纷纷争相高调发布新战略,试图在2014年全面复苏。日系车企能否借广州车展延续强势表现,业界将拭目以待。

## 德系重拳出击

以大众为代表的德系车是今年车市的最大赢家。本届广州车展,大众中国联合南北大众,用34款展车展示了强大的创新实力。一汽-大众全新高尔夫、上海大众朗境、大众进口途锐V8的同台亮相,表明大众明年在国产和进口车上依然具有相当大的推进力度。大众在中国的“T”动力战略虽然遭遇DSG问题,但热度不减,“T”动力和蓝驱技术成为其对抗打击日系车最拿手的优势。此外,一汽-大众奥迪全新A3三厢轿车的登场,宣告了其将在A级豪华车市场发力。奥迪用户形象战略的发布,也将更有助于巩固品牌的强势市场地位。

另外,目前大众中国战略已深入到西北深处的新疆,而数南方战略最为强悍。随着高尔夫7和奥迪A3在一汽-大众佛山工厂投产,大众按计划完成了南方战略布局,对日系车统领华南地区的局面形成很大压迫,南方市场将成为德系和日系近战国肉搏的战场。

## 美系强势扩张

美系品牌在今年广州车展上的风头也不小。上海通用汽车携旗下凯迪拉克、别克以及雪佛兰三大品牌共38款车型出展,其中凯

迪拉克ATS的上市,将对宝马3系形成有力挑战。长安福特在蛰伏多年后集中爆发,1.0L小排量涡轮增压动力嘉年华的登场和中级概念车Escort的发布,让我们看到其对未来更大的雄心。另外,Jeep大切诺基、小改款科鲁兹等众多美系新车重装亮相,也为美系车阵营增加了沉甸甸的砝码。

通用汽车第三季度财报显示,通用汽车在中国的合资企业净利润第三季度达到了9.4%,远超通用汽车整体业务净利润率。不久前,通用汽车对通用国际运营部进行重大结构调整,将最大市场中国业务从中剥离,同时重新安排了关键高层岗位,以加强在中国市场的竞争优势。

## 韩系把握潮流

今年广州车展,韩系在华两大车企北京现代、东风悦达起亚强势出击。北京现代联合现代汽车包括名图在内的7款主力车型全部参展,进口现代汽车也有8款车型亮相。东风悦达起亚推出K5 2.0T车型和新福瑞迪,进口起亚全新速迈也正式发布,同台亮相的还有高端旗舰车型K9、新款凯尊(K7)、索兰托、第三代佳乐和Grand VQ-R等车型。

数据显示:今年前三个季度,现代起亚集团在华汽车产销量已超过日产集团,意味着在“日韩系”的称谓中一直是千年老二的现代起亚终于可以扬眉吐气了。目前中国车市格局已

从欧美日“三足鼎立”变为欧美日韩“四强演义”,这正是韩系品牌竞争力上升的结果。韩系的优势在于把握住了市场潮流,迎合中国消费者的需求,并在主流消费领域布下密集的产品矩阵以赢得市场机遇的最大化。相信2014年,韩系车会把加强品牌力建设,增加客户人文关怀作为企业的发展方向。

## “自主”期待蜕变

包括东风、一汽、上汽、广汽、长安、奇瑞、吉利、长城、比亚迪、华晨等在内的国内自主品牌车企,在广州车展上集体发力,带来数量众多且款型丰富的新车,包括哈弗H8、奇瑞瑞虎5、长安CS75、比亚迪S7、F3、瑞风M6、金杯新海狮等,进一步细化中高端产品阵容,准备拉开阵势与合资品牌打一场硬仗。可以预见,中外品牌的竞争在明年的车市上将愈发激烈。

今年前10个月自主品牌的整体销量占乘用车市场销售总量的40%,而这一市场份额比上年同期下降1.1个百分点。受整体市场占有率下滑影响,自主品牌多数汽车企业业绩表现乏善可陈。统计显示,1至10月,乘用车销量排名前十位的汽车企业中,仅有长安和长城两家企业上位。面临市场份额不断缩水危机的自主品牌,必须寻找一切机会向外界展示新车、技术等各方面的成果和实力,以吸引消费者关注,增加2014年市场竞争的筹码。

(李永钧)

## 性价比最高的B级车

# 比亚迪 G6 车主现身说法

在自主品牌B级车市场有这样一款车:外观大气、配置奢华、动力强劲……更重要的是,它得到了市场和消费者的一致认可,销量屡次居于自主品牌B级车首位。说出来大家也并不陌生,它就是比亚迪G6。从笔者近期在4S店走访调查的情况上来看,多数购买比亚迪G6的车主都给予其较高的评价。不仅仅因为它配置丰富和动力强劲,较高的综合性价比也是惹人钟爱的一大要素。

## 智能配置 尊享豪华性价比

事业小有成就的李先生今年31岁,是一家科技公司的产品经理,由于工作繁忙,经常需要外出见客户,买了人生的第一辆车,就是朋友推荐的比亚迪G6。购买之前,李先生也是经过一番对比。“当时4S店的销售顾问详细介绍了G6的配置,像keyless无钥匙系统、右前轮盲区可视、彩色显倒车影像等,很多同级别的合资品牌车型上都没有。”可见,对于用户来说,智能配置绝对是锦上添花,而且相对于G6平和的价

格来说,这样的丰富配置更是具有很大的吸引力。

另外,李先生也表示,作为一个新手,一些便捷、有利的行车配置也是很有帮助的,“右前轮盲区可视系统太实用了,能显示车身右侧影像,让驾驶员清楚识别右前轮的路况,避免剐蹭。”李先生表示,这一配置对他平时开车起到很大作用。其实对于广大车主来说,肯定都有体会,现在路面上的车辆越来越多,一不小心就会出现磕碰,而G6的智能配置就能很好地避免这些磕碰,帮助驾驶员更好地照顾爱车,更便捷、更安全行驶。

此外,对于比亚迪G6的多功能方向盘、双温区独立空调、八方向电动调节座椅等,李先生也是赞不绝口。“毕竟车是要自己开的,多一些人性化配置,开起来也会更舒心。”

## 宽敞空间 舒适驾乘新体验

汽车作为代步工具,实用性是最根本的,比如低油耗、大空间等。对于G6的大空间,也早有

耳闻。比亚迪G6的长宽高为4860mm×1825mm×1463mm,轴距为2745mm,空间优势明显。笔者1.8米的身高,坐在里面丝毫没有局促感,驾驶室内有充足的头部空间,驾驶过程中视线非常开阔。后排座椅也预留出了足够的膝部空间,大大增加了长途驾驶时乘坐者的舒适度。正如李先生所说:“G6空间很宽敞,平时我带客户谈业务难免有长途驾驶,大空间完全无压抑感,能让彼此交谈更惬意。”

说到大空间,不得不提的还有其465L的超大后备箱,出游的行李通通不在话下,完全可以满足一家几口的需要。即使出游时要用的多人帐篷、超大拉杆箱也能够轻轻松松全部装下。在比亚迪4S店保养车的G6车主王女士面带笑容地说:“现在大家都是自驾游,我们一家四口黄金周就是开着G6自驾游,非常方便。后备箱空间宽敞,儿子的手推车完全不在话下,还有帐篷、各种食物,甚至是烧烤架。”

(李森)

# 凌派, 你值得拥有

广汽本田凌派自6月26日上市后,从视觉、听觉、触觉等全面优势吸引人们眼球。凌派是一款高于锋范,略低于思域的紧凑型车。它与思域偏运动化的风格不同,凌派在车身尺寸、车内空间以及配置等方面更有优势。

动力系统方面,凌派将搭载1.8L i-VTEC自然吸气四缸发动机,可在6500转时压榨出137匹最大马力,至于17.5公斤·米的最大扭矩可在4300转时悉数输出。该车的前悬架为麦弗逊式独立悬架,后悬架为扭力梁式非独立悬架。

外观方面:凌派车身修长,线条流畅,外形时尚运动;车型颜色丰富,采用大量镀铬装饰和LED灯组,迎合了年轻消费群体的需求。

空间方面:凌派轴距达2650mm,前后排空间充足,座椅包裹性较好。车内储物功能丰富,后备箱平整实用,容积高达588L。

内饰方面:凌派内饰设计简洁大气,整体设计感较好。车内采用了大量黑色面板和银色装饰,使车型内饰更加年轻时尚。中控台采用7寸大屏,布局清晰。方向盘手感舒适,按键阻尼感较好。有人机交互系统,科技感十足。

操控方面:凌派动力温和,加速线性;变速箱档位清晰,响应积极;油门灵活,起步迅速;配置有电子助力,转向轻盈;底盘调教偏舒适,减震效果较好。

(郭松)

## 下滑幅度逐渐收窄 年销量将超110万辆

# 进口车全年增速有望由负转正

本报综合消息 日前,国机汽车股份有限公司(以下简称“国机汽车”)发布数据显示,1~10月我国海关进口汽车量为93.72万辆,同比下滑0.06%,下滑幅度逐步收窄。这意味着今年我国全年进口车销量有望超过110万辆,同时全年销量同比增幅也将实现由负转正。

国机汽车市场营销部经理王存表示,进口车增速下滑源于2012年下半年跨国公司开始调整供给,导致2012年第四季度和今年第一季度的进口车数量大幅下降。但是,跨国公司在今年第二季度开始进行结构性补充供给,第三季度供给增长8.6%,特别是5~10月的月均进口量超过了10万辆,说明总经销商仍然有大量的供给计划。

北京亚运村汽车交易市场(以下简称“亚市”)副总经理颜景辉表示,今年上半年消费者对于进口车的需求出现了大幅度放缓,但从第三季度开始又明显恢复,同比增长达到17.9%。

记者在亚市看到,包括宝马、奔驰、奥迪、捷豹路虎、英菲尼迪、现代、斯巴鲁、雷克萨斯、凯迪拉克、大众等在内的多家经销店里消费者都不少。“进口车性价比高、保值性好,临近年底,消费者开始出手购车了。”一位大众进口品牌经销商分析说。

事实上,今年以来,受宏观经济增长减弱、国家整治奢侈之风等多因素影响,进口车市场增速一度明显放缓,但从6月开始这一现象得到了改善。全国乘用车市场信息联席会副秘书长崔东树表示,今年以来,日系车企加大了对中国市场的投入力度,日系车的复苏也助推了进口车增速的回升。亚市销售数据显示,日系进口车占比从去年10月的13.04%上升到今年24.85%,提高了11.81%。

记者注意到,进口车市场需求升温,与进口车经销商不断加大的降价让利关系密切。数据显示,今年第二季度之后,进口车市场的价格便

不断下滑,9月平均优惠幅度从4月的6.4%扩大到9.5%,幅度超过3个百分点。虽然10月的优惠环比9月出现减少的趋势,但进口车总体市场平均优惠为5万元,优惠幅度为8%。

“今年的进口车价格不像去年那样大起大落,但这并不代表进口车的优惠少了。”颜景辉告诉记者,今年进口车的降价保持周期较去年有所延长,是经销商盈利能力低于去年的重要原因。多位进口车经销商表示,从今年第三季度开始加大了优惠幅度。“没有办法,企业压给我们的车多了,我们只能加大优惠幅度。”一位经销商说。

国机汽车数据显示,虽然10月行业库存总量有所下降,但库存压力仍然较大。“临近年底,企业开始压库存,经销商也要冲量。”颜景辉分析,按照目前的增长态势,进口车全年的增速有望由负转正,销量也将超过110万辆。

(北商)