

# 广汽吉奥开展春节回馈活动

## 购车送购置税

□记者 付永奇

本报讯 记者昨日从位于周口车之港国际车城内的广汽吉奥直营店获悉，从即日起到1月20日，选广汽吉奥星朗送全部购置税，感兴趣的朋友可以到店咨询购买。

这款MPV依照国人审美观念，采用国际流行设计元素进行全新原创设计。突出亮点有四点：

1. 动力强劲，燃油经济。展车采用三菱4A91S发动机，排量1.5升，额定功率达到83千瓦，综合百公里油耗7.5升。实现低排放、低油耗、高性能。
2. 丰富配置，高科技的享受。星朗拥有远超同类别车型的诸多高端配置，前置前驱的发动机舱设计，一键式启动、全景泊车系统、彩屏娱乐系统等高端配置，都使星朗在同类车型中显得特立独行。星朗丰富的高科

技设备，许多都是同类车型所不具备的。如GPS导航、MP5、全景倒车视频影像、蓝牙/车载电话、多功能方向盘、自动空调、无钥匙进入系统、车速感应锁等数字化装备，为驾乘者带来智能舒适的商务空间。

3. 先进的平台，兼顾操稳定和平顺。星朗车型基于21世纪全球领先的平台技术设计而来，发动机前置前驱，客货两用，其最大优点为相比同类车型具有一流的碰

撞安全性，操稳与平顺同时兼顾，解决了局部温度高的问题，同时整车NVH性能大幅提升。

4. 关键零部件采用国际一流知名品牌产品，整车质量、性能与国际MPV同步。匹配BOSCH第九代ABS，品质保证，性能稳定。电子油门踏板采用零部件供应商CTS，做到精准控制、反应灵敏，配合联合电子的发动机控制系统，将其功能发挥到极致。

# 新年“钜”惠进行时 比亚迪 F0 微车首选

作为比亚迪微轿领域的精品车型，F0无疑取得了巨大的成功。自上市以来，销量已累计已突破45万辆，凭借丰富的配置(keyless无钥匙系统、5速自动挡等)、过硬的品质，备受年轻人喜爱，在消费者中有着极高的人气和口碑，已成为精品微轿的典范车型。近期，比亚迪正开展“科技十年 十重大礼”全系跨年盛会，购车也将享受更多实惠。

F0的智能配置堪称经典，为微轿车市带

来了全新的消费体验。全系配备被视为“智能化轿车身份证”的keyless无钥匙系统，从此微车车主亦可享受不拘钥匙即可开门、轻按按钮即可启动的“豪车式潇洒”。AUX插口、USB插口和SD卡槽彰显了时尚的气质，多媒体娱乐功能也给驾乘者带来更“酷”的驾乘感受。同时，配备微车少有的副车驾独立悬挂系统，大大优化了操控性能，满足了用户对微车高舒适性的追求，让车主在拥挤的城市道路中，潇洒穿行。

不仅如此，F0在安全配置方面也足以傲视同级别车型。高位刹车灯预防追尾事故、酷炫前大灯保证夜间行车安全、ABS+EBD提供稳定的制动力、HPS液压力式转向系统确保方向操控低速时方便灵活，高速时稳定可靠，让您的驾驭之路倍增信心与活力。

优质的性能更是其深得消费者喜爱的重要原因。F0搭载比亚迪自主研发的BYD371QA高性能环保发动机，具备良好的动力性能和燃油经济性，它采用双顶置凸轮

轴每缸四气门设计，升功率大于50KW/L，最大扭矩90Nm，与之相匹配的是5挡手动变速箱和5速手自一体变速箱，实现了动力和油耗的均衡搭配，让驾驶也更加轻松自如，有着同级车无法比拟的优势。该发动机以动力足、质量轻、散热快的性能受到业内专家的一致好评，也吸引大批消费者的目光。同时，匹配德国BOSCH节油控制系统，仅这一项就能为消费者节省不少油钱。比亚迪BYD371QA发动机还曾获得过十佳发动机称号，也佐证了这款发动机的实力。性能的优越，让您在省油的同时也可以享受到行车中强劲动力的酷爽。

(比亚迪)

# 2014 年车企规划回归理性

去年中国汽车市场以稳超2000万辆的销售业绩继续蝉联全球第一大市场。按照中汽协的预测，今年中国车市的增长将回落到10%以内。2013年车市产销超乎意料地增长，让人对今年车市整体增长有所担忧。

作为“十二五”整体战略的关键之年，各汽车企业依然对2014年的市场保持乐观。一方面各大车企加速企业战略的实施；另一方面在车型、产销及营销方面纷纷加码，抢占更多的市场份额。随着各车企产销规划的陆续亮相，各车企在2014年备战的路径也逐渐清晰。

“各车企对2014年的市场保持乐观，一方面加速企业战略的实施；另一方面在车型、产销及营销方面纷纷加码，抢占更多的市场份额。”

### 美系品牌 发力细分市场

去年上海通用汽车旗下别克、雪佛兰、凯迪拉克三大品牌全年共销售1575167辆，实现同比增长13.1%，继续引领国内乘用车市场。上海通用作为已经连续多年领跑中国乘用车市场的企业，未来的工作重点将围绕产品展开，而产品创新将是营销和品牌发展的重要基石。“在此基础上，2014年上海通用销量力争突破160万辆。”上海通用汽车有限公司总经理王晓秋称。

根据上海通用的规划，今年将迎来“产品年”，旗下三大品牌均将迎来多款换代和全新的产品，其中增长速度最快的SUV市场是发力的重点细分市场。按照计划，今年别克将推出中型和大型SUV；雪佛兰品牌将集中发力新产品，计划推出4款改款和全新车型，包括全新的科鲁兹以及一款紧凑型SUV。

长安福特去年累计销量达68万辆，在2012年41.67万辆的基础上，同比增长超过60%，再创历史新高。按照福特的规划，今年将延续“1515”计划，再推5款新车，而长安福特也制定了年产销80万辆的计划。长安福特执行副总裁罗明刚表示，长安福特车型的总体状况都是供不应求，2014年长安福特各方面的产能会更加充分，相信明年销量会在今年的基础上有一个更大幅度的增长。

### 德系品牌 丰富产品阵容

作为德系车的代表，大众汽车在中国去年首次实现300万辆销量后，今年还将进一步丰富产品阵容。大众汽车中国区首席执行官海兹曼表示，尽管中国经济整体大环境相比头几年增速放缓，但整个中国市场仍是大众汽车集团

最重要的一个单一市场，而且这个重要性在今后会越来越来。

据了解，大众汽车今年将会推出15款新车，其中包括5款全新车型、5款全新换代车型、3款衍生车型和2款中期改款车型。而捷达、宝来、桑塔纳等车型将推出全新两厢版车型，同时全新一代高尔夫GTI也将在中国现身。

尽管一汽-大众尚未透露全年的产销计划，但根据其三大基地的定位，今年佛山工厂一期30万辆的产能将全部释放，加上长春基地的90万辆以及成都基地54万辆的产能，一汽-大众将形成超过170万辆的产能规模，待佛山工厂二期完工，2015年一汽-大众的产销规模有望达到200万辆。

上海大众的规模同样不容小觑。上海大众汽车销售有限公司总经理贾国镛在接受媒体采访时透露，随着宁波工厂的投产，今年上海大众产能将达175万辆，等到长沙工厂投产，到2015年上海大众将实现200万辆的产能。即便如此，按照上海大众目前的产销增幅，每年增长仍会走稳扎稳打的路线。

根据大众汽车提出的“2018战略”，大众汽车在2018年将实现全球年销量1000万辆的目标，而作为其最大单一市场的中国将销售400万辆以上的汽车。

### 日系品牌 面临真正考验

在各类救市政策频繁推出及强大的新车攻势下，包括日产、丰田、本田在内的多数日系品牌去年恢复了一定元气。不过，对于日系车来说，真正的考验是今年。

“首先，日系车企去年的高增长率主要因为前年基数太低；再有，过多的新车型在去年扎堆上市，势必会对今年产生一定影响。”亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉在接受记者采访时不无忧虑地说，日系车目前看还算不错的销量多是建立在大幅促销的基础上，这种状态很难长久维持下去。

为了进一步巩固处在摇摆中的消费者信心，今年日系品牌在新车型的推出上力度仍然很大。通过采访记者了解到，丰田今年将在中国市场推出11款新车型，包括新一代卡罗拉、新款凯美瑞、新款汉兰达和一款全新小型SUV；本田今年在华将投放4款新车型，其中很可能包括两款全新的MPV；新逍客、改款阳光等车型也计划在今年上市，同时日产一款可与高尔夫抗衡的全新紧凑型两厢轿车，也在今年将推出的新车名单中；刚刚有起色的马自达

更是不敢怠慢，全新马自达3将于今年上半年国产、上市，新一代马自达6也计划于一季度上市销售。

除了新车，日系品牌还详细制定了各个细分市场的具体营销计划。如一汽丰田合资自主品牌朗世，将在下半年推出其首款车型；本田则要在SUV市场加大力度；东风日产启辰渠道扩张加速；马自达加大促销力度，主推体验式营销。总之，日系品牌正在多方发力，迎接今年的新挑战。

### 韩系品牌 坚持走高端路线

现代汽车最新发布数据称，去年其全球销量约为472万辆，同比增长超过7%，今年预计全球销量将进一步提升至490万辆左右。而起亚汽车去年的全球销量为283万辆，同比增长约4%，公司计划今年再实现4.6%左右的同比增幅。全球好成绩的取得中国市场功不可没，无论北京现代还是东风悦达起亚，都为此贡献了不小的力量。

北京现代去年在华累计销量达103万辆，这是其进入中国市场以来首次突破百万辆大关。北京现代方面分析称，公司将在中国市场继续不断推出新款车型、扩大生产线，为满足消费者的需求做出持之以恒的努力。东风悦达起亚去年实现了55万辆的年销量，同比增长超15%。东风悦达起亚相关负责人表示，这样成绩的取得源于产品力和服务力的不断升级。

事实上，随着中高端车型比例的不提升和服务的加强，韩系车在中国消费者心中的地位已悄然发生了变化。北京现代的第八代索纳塔、全新胜达、ix35、新途胜，东风悦达起亚的K5、智跑等均是叫好又叫座的车型，其热销有效提升了韩系品牌的认知度和认可度。

据了解，今年为了进一步巩固正在提升的品牌力，北京现代和东风悦达起亚都将继续保持新车投放力度，包括第九代索纳塔、新智跑在内的11款车型将上市。同时，在售后服务和客户满意度的提升上，韩系品牌也将有更多新政推出，这些因素都将促进其在中国的销量继续保持增长，赢得更多消费者的认可。

### 法系品牌 持续提升占有率

作为法系车的代表，PSA集团非常重视中国市场，并计划在今年进一步提升神龙、长安PSA的车型销量。标致雪铁龙集团亚洲运营部公共事务及企业传讯总监章宇光表示，中国市场对PSA复兴战略有着举足轻重的地位，“E动战略”持续加速，不断加大的中国投资力度

和产品技术导入，将促使神龙汽车产品和品牌竞争力进一步增强。

据了解，去年PSA集团在欧洲车市整体疲软的情况下在华销量却出现大幅增长，眼下PSA集团在中国的市场份额已增至近4%。按照计划，今年神龙汽车将投放3款全新车型：标致2008、408和雪铁龙C4 aircross，公司产销目标也比去年的55万辆再增加10万辆，上升至65万辆。为保持持续快速增长，促进目标的达成，神龙公司将进一步加速新产品的投放。章宇光透露，今年PSA旗下标致、雪铁龙、DS三大品牌将有多款新车推出，预计今年PSA在华将有14款新车、改款车型陆续与国内消费者见面。

与此同时，为进一步提升其在华的品牌形象，DS计划于2015年前本地化生产更多全新车型，并快速拓展独立的销售渠道。此前长安PSA方面曾表示，随着今年DS 5LS和紧凑SUV的上市，预计今年DS品牌4S店将发展到80家，相比去年增幅约60%。

### 自主品牌 重点打造品质

为了在与对手的竞争中不被市场淘汰，近来自主品牌车企已经越来越意识到品质的重要性。今年包括北汽、上汽、奇瑞、吉利、华晨、比亚迪等在内的主流自主品牌车企，仍将提高车辆品质放在了工作首位，并计划通过加大研发、服务提升等提升软实力。

今年奇瑞的销量目标为36万辆，并将推出一款全新SUV。此外，按照规划，奇瑞今年还将推出艾瑞泽3和艾瑞泽5，并将停售部分老车型。“这只是第一轮产品布局，今年奇瑞的产品结构会逐渐丰满。”奇瑞汽车销售公司总经理黄华琼称。

北汽股份副总裁陈宏良透露，北汽自主品牌乘用车今年将挑战37万辆的销售目标。随着首款越野车型BJ40的上市，北京汽车首款中高级轿车绅宝的诞生地北汽高端生产基地将向15万辆的预期产能目标迈进，并逐步形成批量生产能力。在新车方面，基于萨博技术的A+级产品C50将在今年一季度投放，运动版中级轿车C60计划在下半年上市。

比亚迪计划通过加大研发提升实力，在新能源车领域与各大世界汽车巨头展开较量。据了解，去年比亚迪早于国家规定时间提前实行了汽车“三包”，显示出其对自家产品品质的强大信心。速锐也以56.5的高分荣获五星安全评价，展示了自主车型的新实力。

在去年实现增长40%，实现全年销售15万辆的业绩之后，海马汽车同样对今年寄予厚望。海马汽车集团营销管理部部长汤斯透露，今年海马依然会保住40%的增长率甚至更高，在3款新车型陆续上市的助推下，实现20万辆的年销量目标。

(据《北京商报》)