

库存预警亮红灯 六月车市压力大

经销商库存处于警戒线水平之上

今年以来，经销商库存连连拉响警报，预警指数超过 50%，进入炎热的 6 月车市压力更大。日前，中国汽车流通协会在京发布了中国汽车经销商库存预警指数。数据显示，5 月库存预警指数为 57.3%，与去年同比上升了 8%，处于警戒线水平以上。市场需求不足、库存增加，比往年淡季“更淡”的车市让经销商大呼“日子难过”。

这一波经销商的高库存压力始于 2014

年，而进入 2015 年，这一情况不仅未见好转，反而更加严重。中国汽车流通协会显示，今年 1 至 4 月，库存预警指数分别为 61.9%、50.9%、67.5%、60.5%，始终处于警戒线水平之上。5 月，库存量略有减少，但同比上升 8%，经销商经营状况相比上个月并未提升。中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示，5 月，假期及地方车展活动对汽车市场有较好的推动作用，导致 5 月市场

总需求相比上个月增加，经销商销量增加，库存压力略有减小。

而对于传统的 6、7 月淡季，情况更不容乐观。“从调查数据来看，6 月份的需求是明显减少的。我们认为 6 月份需求增加的比例是不足 10%的，总体来说经销商的经营压力比较大。”郎学红指出，同时按照往常的惯例来说，6 月又是上半年的收尾阶段，部分厂家可能会加大对经销商的压库

力度。

对此，中国汽车流通协会秘书长肖政三呼吁，生产企业应根据市场变化，适时调整产品生产计划。同时，也呼吁经销商根据自己的承受能力适时调整进货，根据市场销售情况确定库存量。“否则的话，库存高企，经营的压力是得不到缓解的。不但不能缓解，可能还会加剧。”

(据《北京晨报》)

房车走入我市寻常百姓家

□记者 侯国防

本报讯 “自上个月周口报业传媒集团举办‘红火五月购车节’后，我们不断加强与来车展看车的消费者联系，最终一周内订售房车 3 辆，创下公司单月销量新高。”6 月 9 日上午，周口美威汽车销售有限公司董事长杨东辉对记者说，随着广大市民对房车配置和使用性能的认可，房车已走入我市寻常百姓家。

据了解，周口美威汽车销售有限公司是由宇通客车股份有限公司战略合作伙伴河南祥辉商贸有限公司投资 2000 万元在周口兴建的分公司，它是集房车销售租赁、名车、二手名车、汽车分期、房车托管、房车俱乐部为一体的综合性汽车服务机构。该公司销售有奔驰、宝马、奥迪、保时捷、路虎以及凯伦宾威等国内外知名品牌汽车。

5 月 15 日至 17 日，美威汽车销售有限公司参加了周口报业传媒集团在市体育中心举办的“红火五月购车节”。在 3 天的车展中，许多逛展会的市民被该公司参展的长城、宇通房车所吸引，纷纷参观体

验、试乘试驾，并对房车的合理备置和使用性能给予高度评价。

车展结束后，市民王女士以 27.88 万元的价格订下了一辆长城房车。王女士认为，房车性价比高，可以供家庭使用，况且它使用的是柴油，油耗较低，在目前国内油价居高不下的情况下，房车能很好地节约成本。

市民高先生也订下了一辆长城房车，不过，他买车的目的是为了更好孝敬父母。高先生说，他的父母年龄大了，外出不方便，有了房车，他可以随时带着父母走亲戚、出远门。

家住川汇区的刘女士，因为生意的缘故需要经常出差，她觉得拥有一辆房车既可以办公，又可以进行商务洽谈，还能节省差旅费开支，外出不用再住旅馆，所以她花费 56.8 万元购买了一辆宇通房车。

杨东辉说，一周内订售房车 3 辆，对于他们公司来说，单月销量创下了新高。今后，他们公司一定遵循“客户第一，服务至上”的经营理念，进一步提升服务功能，以便更好地满足周口的广大消费者。



6 月 6 日上午，位于太清路的周口众恒名车北环店举行了盛大的开业仪式。图为开业仪式现场。

记者 戚团结 摄

东南 DX7 预售火爆

初露“爆款”潜质

自今年上海车展首度曝光内饰后，东南 DX7 就凭借原创性极高的时尚外观、精致的内饰以及丰富的智能科技配置而备受关注。5 月 1 日，DX7 正式启动预售，预售价为 9.89~14.39 万元，不到一周的时间，首批订单告捷，截至目前已有 2000 多份订单产生，并有 6000 多位准车主等待其上市。作为一款全新的中国品牌车型，预售阶段就如此受消费者追捧，实属罕见，东南 DX7 的产品实力再获肯定。

虽然近几年国内 SUV 市场持续升温，但随着越来越多的车企布局 SUV 细分市场，市场竞争日趋白热化。仅在 2015 年，国内 SUV 市场就有超过 30 款车型上市，加上目前在售的车型，国内 SUV 市场将有近百款 SUV 车型，产品同质化严重。有业内人士认为，眼下国内 SUV 细分市场已经逐步从“蓝海”演变为“红海”，尤其是紧凑型 SUV。要在这片“红海”中脱颖而出，差异化成为关键。

纵观整个紧凑型 SUV 市场，自主品牌除了少数几款热销车型，如哈弗 H6、长安 CS75，能做出差异化的品牌屈指可数。以哈弗 H6 为例，自推出就树立起自身差异化优势，凭借原创度较高的时尚外观、媲美合资品牌的内饰做工，还有较高的性价比优势，多年来持续热销，成为国内 SUV 市场的销量霸主。

DX7 作为东南汽车的首款战略 SUV，在设计之初也同样明确地提出了精品差异化需求，并通过整合国际化资源，打造出差异化优势。定位“智领都市豪华 SUV”的东南 DX7，是东南汽车与宾法进行国际化合作的首款产品，由意大利宾尼法利纳公司操刀担纲全车的内外装饰设计。整车设计在洞察

中国消费者需求和审美的基础上糅合了国际化元素，既强调了 SUV 的功能性，又充满了时尚流行元素，符合当下年轻人对于 SUV 的期待。

DX7 的造型辨识度很高，采用 EAGLE 流线造型，以时尚、运动为基调，通过前脸、头灯、腰线等各种细节，完美地诠释了“流动的力量”的设计理念。车内采用黑色与棕色的双色内饰风格，整体内饰以高级皮质的软包质感，给人以豪华高档的驾乘感受。搭载大尺寸液晶屏，配以自主研发的人机交互系统 SEMI-Ⅱ，具备人机语音对话、一键导航、在线音乐、手写输入、实时路况查询等功能，配备车内 WIFI，高速流量满足了年轻人随时随地享受移动互联生活的需求。

凭借着出众的产品力，东南 DX7 得到宾法高度肯定。宾法公司 CEO Silvio Pietro Angori 在上海车展上表示，东南 DX7 完美地定义出极具经典意大利风格的“永恒之美”，意大利美学设计与东南汽车尖端创新技术的完美融合，赋予了其优雅的外形、可靠的品质，前瞻的智慧，这将让 DX7 成为中国 SUV 领域的全新标杆。

最后值得一提的是，除了获得国内消费者的追捧、宾法的肯定，东南 DX7 还因出色的设计而受到了外媒的关注。早前美国最大的汽车网站之一——autoblog，专门在其首页报道了关于东南 DX7 的新闻，引起了国内外媒体的关注。相信随着 7 月份东南 DX7 的正式上市，这款全新 SUV 有望凭借其国际水准的内外设计、越级的配置以及极高的性价比优势，赢得更多消费者的青睐，成为 2015 年国内 SUV 市场新的“爆款”。

(东南)

纯电动车企新政七月实施

新建企业投资总额不得低于 20 亿元

前脚《中国制造 2025》刚发布，后脚《新建纯电动乘用车企业管理规定》（以下简称“《新建纯电动规定》”）就正式公布并定于 7 月 10 日正式实施。就此释放出一个强烈的信号：国家对快速推进纯电动乘用车国产化迫在眉睫；同时以山东为代表的低速电动车企业想借机“转正”的梦想也彻底破灭。

只能生产纯电动/增程式

在之前工信部披露的《中国制造 2025》中明确指出：到 2020 年，自主品牌纯电动和插电式新能源汽车年销量突破 100 万辆，在国内市场占 70%以上；到 2025 年，与国际先进水平同步的新能源汽车年销量 300 万辆，在国内市场占 80%以上。为了朝这个目标奋进，《新建纯电动规定》的快速推进也在情理之中。

《新建纯电动规定》中明确规定：新建企业只能生产纯电动车，包括纯电动和增程式（具备外接充电功能的串联式混合动力）乘用车，不能生产任何以内燃机为驱动力的汽车产品。并且在附录中对生产车辆的属性做出具体要求：综合工况续航里程最低下限是 100KM。也就是说，低速电动车企业不具备申请资格，“转正”无望。

投资总额 20 亿元

虽然低速电动车企业无缘“转正”，但是对于有着先进技术、符合条件的申请者

政府也给出了诚意。在《新建纯电动规定》中明确提出：申请企业须在中国境内注册，具备与项目投资相适应的自由资金规模和融资能力；同时提出新建企业投资项目的投资总额和生产规模不受《汽车产业政策》有关最低要求限制，由投资主体自行决定。在《汽车产业发展政策》中明确规定“新建汽车生产企业的投资项目，投资总额不得低于 20 亿元人民币，其中自有资金不得低于 8 亿元人民币，同时要建成品研究开发机构，且投资不得低于 5 亿元人民币。”

必须具备“一条龙”能力

除了资金方面的要求，《新建纯电动规定》中对于申请企业的研发能力提出了高要求。其中，提到申请企业应具有纯电动乘用车从概念设计、系统和结构设计到样车研制、试验、定型的完整研发经历。基于此，还必须拥有纯电动乘用车自主知识产权和已授权的相关发明专利。

必须提出的是，与此前征求意见稿不同的是，《新建纯电动规定》首次明确对销售和售后服务体系提出明确要求：申请企业必须具备纯电动乘用车的销售及售后服务体系。可见，开辟单独的纯电动车销售网络以及提供售后“一条龙”服务是必备条件。

(和玲)