

时间总在不经意的时候匆匆溜走，转眼便来到了2015年末，这一年的时间里车市发生的点点滴滴汇成了大家对车市的整体印象。今年值得说道的事儿其实有很多，降价、微增长、新能源车等等，今天就来为您一一盘点今年车市的关键词。

降价、微增长 新能源车大行其道

盘点 2015 年车市五大关键词

购置税减半

政策再次介入扶持车市

购置税减半政策实在是不能说是一个新政，早在2009年这个政策就已经推出，并且取得了非常好的效果。在今年下半年，这项政策再次“登台”，从2015年10月1日到2016年12月31日，购买1.6升及以下排量乘用车可以享受减半征收车辆购置税的优惠政策。

受这个政策的影响，各个厂家经销商纷纷针对这个政策扩大了宣传，最优价格、全系享受等广告词纷至沓来，1.6升排量以下的市场似乎又复苏了一样。不过这

还不是反应最大的细分市场，同一时间内，新能源市场就如同“打鸡血”般，销量直涨。同时，受购置税减半影响，乘用车市场整体增幅一度达到了两位数。

购置税减半政策是国家扶持汽车市场最有力的武器，不过很多业内人士都不看好这次的效果，一来消费者大部分已经进入换车的时间，1.6升排量以下显然不是换车的选择，另一方面，市场的过度透支让后继消费疲软，能真正刺激到市场的，可能还要看“需求”的原动力。

微增长

逐渐成熟的市场孕育微增长

中汽协数据显示，1~11月，汽车产销分别完成2182.39万辆和2178.66万辆，分别比上年同期增长1.8%和3.3%。其中，乘用车产销分别完成1873.52万辆和1868.13万辆，比上年同期分别增长4.2%和5.9%，增幅比1~10月均提高两个百分点。

而1~11月汽车销量同比增长3.3%的数据与中汽协上半年预测的3%基本吻合。虽然还未将12月份销量统计进去，但有业内人士表示，目前国内汽车市场已经不能在承受超过两位数的增长，这是环境和社会的承载力不够带给车市停滞的压力造成的，市场因社会因素和环境压力而自我调整，这是国内汽车市场逐渐成熟的标志。

不少经销商则表示，微增长虽然给经营者尤其是经销商带来一定的压力，但是对于经历了高速发展的汽车市场来说，或许这是个沉淀和反思的机会。

二孩政策

二孩政策将点燃 MPV 热度

今年，实施了30多年的独生子女政策正式宣布终结，“多子女”时代又来了。不少家庭现在又和一对祖父母或外祖父母合住，这些老人在带孩子方面扮

演了重要角色。在城市里，这些扩大的家庭面临拥有第二辆车的限制，这就赋予MPV较之5座SUV更大的优势。虽然目前SUV是中国乘用车增长的最大主力，但面对二孩的到来，大多数的5口之家选择了MPV，也成了MPV市场近期主要的竞争点。

业内专家表示，中国人对大型化车辆的需求依然强烈，车企已经销售大型化和加长版车辆多年；而随着家庭代数的延伸，三代人常常住在一起，这使得中国有望变成继美国之后最大的MPV市场。大尺寸MPV将受青睐。

一位从事汽车行业十多年的经销商表示，MPV市场随着二孩政策将迎来一定的增长。看似笨重的MPV在华受欢迎程度正在提升，国家的二孩政策无形之中拉了MPV一把。

新能源车

新能源市场呈现多样化

在2014年，新能源车的概念还仅仅停留于比亚迪、特斯拉等几个品牌里，而到了2015年，北汽、宝马、奔驰、大众等品牌纷纷加入，新能源车也逐渐多了起来。

以北京市为例，纯电动汽车在“不摇号、不限行、免购置税、高补贴”等政策背景下，新能源汽车的市场规模也在北京市逐渐扩大。据了解，今年前9个月北京市在各领域推广新能源汽车总量达2.32万辆。目前已经有13家企业31款新能源车在北京市完成备案销售，标志着纯电动车市场竞争变得更加激烈。

新能源车不仅在数量上有着增长，在动力技术上也有长足进步，除了纯电动车、插电式混合动力、混合动力汽车也开始逐渐在市场上被接受。丰田不久前在中国发布了混合动力双子星“卡罗拉双擎”和“雷凌双擎”，全新的技术不仅有极大的吸引力，国产率高的配件供给更是将混动车型和普通车型的价格差拉平，解决了新能源车最大的瓶颈。

降价

官降、促销、团购 老百姓都是受惠者

今年车市最火一词当属“降价”，无论是厂家官方降价，还是经销商的促销或者团购，汽车业内呈现出一副拉开架势，赤膊上阵的感觉。官降的始作俑者来自合资品牌，和往年不愁卖相比，今年合资品牌的日子格外艰辛。上海车展前夕，上海大众正式宣布对旗下全系车型提供零利率信贷的优惠，同时全系车型均有降价。自此，官降潮拉开了序幕。长安福特、北京现代、一汽-大众等汽车品牌紧跟其后，相继由官方通过不同方式降价。上海通用也不甘示弱，40款车型加入官降大军。

而在经销商层面，各种团购、优惠、促销等活动接踵而来，为了销售数据上的好看，各家经销商纷纷使出了浑身解数。不可否认老百姓买车是越来越便宜了，这也是今年持续这么久的降价潮中唯一的受惠者。据多数经销商表示，这些降价举措在市场终端上的作用远远不够，经销商的生存压力还是“很大”。

(肖家豪)