

长丰汽车北美车展勾画“中国红”

本月中旬在世界著名的汽车城底特律举办的第20届北美车展上,长丰、吉利、比亚迪、华晨等五家中国汽车企业成功会师,达到了中国汽车参展海外车展的历史最大规模。作为五家车企中唯一一家越野车企,长丰汽车携麾下5辆展车缤纷亮相,勾画出一幅美丽的“中国红”,深深吸引了观众的眼球。

据悉,此次长丰汽车展示的产品不仅有最新上市的纯正都市SUV——猎豹CS6,将在今年上市的猎豹CS7,还

亮出了首次试水轿车领域的成果——猎豹多功能轿车。猎豹CS6是此次参展的主要车型之一,其整体外观由意大利宾尼法利纳公司主持设计,时尚动感。它基于帕杰罗V系列平台,采用专业的SUV越野底盘和全球领先的“主控式四驱系统”,良好的通过性和操控性能能够适应各种不同路况,实现了猎豹品牌军工品质与都市时尚的完美结合。

颜展



丰田维修专家

服务热线: 68989120

广汽丰田富达航海路店 地址: 航海中路179号(富达汽车广场)

Brilliance Auto 河南唯一华晨汽车全品牌4S店

河南裕华晨光汽车贸易服务有限公司

骏捷 尊驰 金杯 阁瑞斯

销售热线: 0371-63730743(北环) 0371-66539789(中博)

TOYOTA 富达丰田

REIZ锐志 2.5S真皮天窗版 2.5V超级运动版 火热订购中

抢购热线: 0371-68963588 / 68963599

中原车市涌现“冠军群落”

本报记者 李莉

河南新希望以全年逾3000辆的销售业绩登上2007年上海通用雪佛兰品牌全国销量冠军的宝座;河南裕华金阳光以全年近5000台的销量再度夺得北京现代全国销售冠军;河南威佳汽贸集团以全年11000台的销量成功卫冕东风日产全国销售冠军……冠军群落的涌现,在中原车市已经成为一种“现象”。

业界观察

奥运年机遇与挑战并存 汽车产业向左走 向右走

本报记者 李莉

因为有了奥运会,2008年成为一个不平常的年份,当奥运会的脚步越来越远,“奥运经济”也开始在各个领域渗透。那么对于汽车业来说,奥运年,汽车企业能否迎来“全胜年”?中国汽车产销量能否突破1000万辆?汽车产业发展面临着哪些机遇与挑战?日前,由2008中国汽车市场联合报道组主办的中国汽车市场年度研讨会在北京举行,本报记者就此问题采访了与会的多位国内知名汽车企业高层和资深汽车专家。



挑战 压力重重悬念丛生

与会专家表示,汽车市场增长从来都是跟宏观经济走向密切相关的,从整个宏观上来说,整个中国经济的高速发展,推动车市处于一个快速增长的阶段,为汽车市场的繁荣提供了良好的经济基础。但今年在宏观经济政策方面,国家推行稳健的财政政策和从紧的货币政策,宏观调控和银根紧缩会对公款购车、贷款购车以及经销商的资金运转等产生一定的抑制影响,汽车厂家需要制定合理的产销目标来控制库存压力,提高资金链的周转速度,来应对这种紧缩的货币政策。

事实上,当2004年国家施行紧缩的货币政策时,曾对整个汽车销售行业产生非常大的影响。北京亚运村汽车交易市场总经理苏晖表示:“面对国家从紧的货币政策,经销商将面临很严峻的挑战,所以不能太乐观。”他估计,2008年汽车产销量会在2007年880万辆的基础上增长一百万辆左右,总体销售量将保持在1000万辆的水平。

相比2007年汽车市场产销均超过20%的增长率,更多汽车厂家对汽车业的增长持谨慎态度,业内人士预测,汽车市场的增速将在15%~20%。广州本田销售部副部长同建明认为,油价继续攀升的压力、从紧的货币政策、奥运会之后可能出现的市场变数……一系列挑战使2008年的汽车市场悬念丛生。

“15%~20%的增长是‘乐观’估计,更比较确切的是10%~15%之间。”上海汽车市场总监黄华琼认为,2008年汽车产销量突破一千万是没有问题,但具体突破多少,他持“比较谨慎的态度”。黄华琼表示,奥运之后可能带来的经济变化对整个车市有一定的影响,另外国家紧缩的货币政策,还有股市的变化,以及金融市场的变化都会对车市产生一定的影响。

“冠军群落”涌现

当2007年的波澜起伏已然定格,一连串的数据记录下了中原汽车市场无法被遗忘的辉煌:

这一年,河南新希望以全年逾3000辆的销售业绩,高达47%的增长速度,登上2007年上海通用雪佛兰品牌全国销量冠军的宝座;

在北京现代遭遇发展“瓶颈”、在全国销量急剧下滑的情况下,河南裕华金阳光特约销售服务店销量几乎与2006年同期持平,继2006年夺冠之后,以全年近5000台的销量再度夺得北京现代全国销售冠军;而河南长江则以4000余辆的销售业绩位列北京现代单店销量第一名;

继获得2005年度、2006年度东风日产钻石奖第一名暨全国销售冠军之后,河南威佳汽贸集团再度以全年11000台的销量成功卫冕东风日产全国销售冠军;

在2007年自主品牌经济型轿车面临高油价考验的情况下,吉利汽车经销商河南华星实现了全年2000台的销售业绩,连续第三年蝉联吉利汽车全国销售冠军;

连续5年被上海通用认证为五星级经销商的河南新纪元以全年近5600台销量,位列上海通用别克品牌全国销售

亚军;

奇瑞汽车经销商河南中植则以全年近8000台的销量入围奇瑞汽车全年销售业绩前三甲……

“人口大省优势带来了强劲的汽车消费需求。”河南汽车流通行业协会常务副会长蒋贡敏告诉记者:“虽然河南被许多汽车厂家列为二级市场,地位不如沿海省市重要,但河南拥有巨大的市场容量及汽车消费潜力,加上部分优秀经销商切中市场脉搏的努力经营,涌现出一批全国冠军不足为奇。”

在此之前,河南长江、河南新裕隆、河南裕华星光等4S店都曾在本品牌经销商中销量排名位居第一,在中原车市,“全国销售冠军”已经成为一种“现象”。

欲得天下先得中原

据郑州市汽车流通行业协会统计,2007年郑州市全年新车销售逾10万辆,其中轿车8万余辆。数据显示,近几年,河南省汽车销量以平均每年30%的速度递增,远高于全国平均水平,其中,乘用车作为车市销售的主力车型,最高增幅接近50%。省会郑州更在短短7年时间内,机动车保有量从2000年的40万辆升至目前的110万辆。目前,河南省汽车保有量居全国第7位,私家车保有量居全国第8位。

市场的持续繁荣让各大汽车厂家刮目相看,“得中原者得天下”开始成为主流厂家的共识。2007年,别克品牌在河南的平均增速达23%,远远高于全国11%的平均速度,对这种高速增长,河南新纪元副总经理朱灿锋认为“不足为奇”,他表示,随着河南省经济的持续快速发展,居民汽车消费能力还有待进一步释放,上海通用已经把河南市场列为其“主战场”,给予了高度的重视。

“用‘支点’、‘砝码’、‘定海神针’这类词语形容郑州在奇瑞汽车‘纵横中国’战略中的地位都不为过。”在全国第4家奇瑞汽车城——河南中植奇瑞汽车城的开业典礼上,奇瑞汽车销售有限公司总经理李峰曾毫不讳言奇瑞汽车对河南市场的重视,他认为:作为奇瑞汽车“纵横中国”战略的南北结点,郑州对周边市场的辐射带动作用不容小觑。

一汽-大众经销商河南万通一汽总经理孙广泉也表示,一汽-大众厂家已经把河南列为一线市场,2008年将在营销政策上给予重点支持。

规模化发展成为趋势

“一方面,河南汽车消费潜力大,市场需求旺盛;另一方面,河南对于汽车消费的政策限制少、鼓励多。”《中国郑州现

代物流中心发展规划纲要》明确指出,要发挥我省已经形成的汽车市场优势,把汽车物流作为“十一五”期间重点发展的八大行业物流之一。“河南新希望总经理余继华表示,近年来,河南全省国民生产总值持续快速增长,经济总量连续5年居全国第5位,汽车市场上升空间很大。

然而,即便发展后劲十足,随着新品牌、新4S店源源不断的加入,经销商面临的竞争压力也更为巨大,市场分化的大幕已经悄然拉开。目前,郑州汽车市场北区、东区、西区几大商圈渐成鼎立之势,市场的竞争程度明显加剧,不同品牌之间的竞争更是日渐突出,冠军车商的崛起,对于诸多还在寻求突破的经销商来讲,是激励更是压力。

除去精准、到位的服务,记者注意到,河南裕华金阳光、河南威佳汽贸、河南新纪元等车商都约而同地把遍布全省的“网络优势”作为夺冠的重要武器,同时经营链条、服务范围的扩展延伸也成为冠军车商在激烈的市场争夺中胜出的“核心竞争力”。

“汽车经销的集团化、规模化发展已经成为大势所趋。”河南新纪元总经理、河南新希望董事长孙东辉认为,从一个品牌店到多个品牌店,从固守郑州市场到向河南全省扩张,规模化和集中化正成为河南汽车市场发展方向。

海马汽车

幸福的积累 从点滴开始

海福星创月销8000台佳绩

降价不减质 66800元起

四大节油科技 勤俭是福

海福星拥有智能化发动机控制模块等四大节油科技,如精准的精准喷射、为驾驶人恢复发挥每一滴油蕴含的能量、澎湃动力轻松超车,油耗少一点,幸福多一点,令人绝赞的使用经济性和性价比优势,让您和家人尽享更美满幸福人生。

河南天时代汽车销售服务有限公司

销售热线: 0371-67865777 67668888 服务电话: 0371-67611777 67662777

地址: 郑州市中原西路140号(与西环路交汇处向西300米路南)

中博支店: 0371-66536068 开封支店: 0370-3867888 平顶山支店: 0375-4883369

河南新裕隆 第一5S店 第一服务

CERATO 赛拉图 欧风

乐享欧式魅力风尚 赛拉图 欧风 震撼上市

谁让优雅地点?谁让生活更动?谁领风骚的潮流?谁让优雅地点?谁让生活更动?谁领风骚的潮流?谁让优雅地点?谁让生活更动?谁领风骚的潮流?

东风悦达起亚 河南新裕隆5S店

郑州花园北路与开元路交叉点

销售热线: 0371-65590188 www.hnyulong.com.cn

濮阳中大奥捷: 0393-8942885
平顶山金源: 0375-4859992
濮阳义和: 0371-64126786
三门峡亿利: 0398-2897068
济源环环: 0391-6603910

机遇 车企或将来到“天堂口”

历史上,1964年的东京奥运会、1988年的汉城奥运会都曾直接拉动日本、韩国的汽车消费,两国也由此进入汽车社会。即便变数重重,奥运年中国经济的持续高速增长仍然让业内人士对汽车产业的增长持乐观态度,2008年,或将是中国汽车产业来到“天堂的门口”之年。

一汽马自达副总经理于洪江认为,中国汽车市场的增长建立在经济持续高速增长之上,面对国家银根紧缩的不利因素,今年宏观调控对市场走势影响不会像2004年那样强烈。他分析,与2004年相比,汽车业的消费环境与市场环境均发生了明显变化,在消费结构上,私家车所占的比重越来越大,而货币紧缩对私家车的发展实际上有着正面的影响,从经销商角度来看,经过2004年货币紧缩的“洗礼”,现在停留在营销、流通领域的经销商,已经很少有投机心理,加上绝大多数厂家已经放弃了过去那种拼命向经销商手中压货、追求批发销量的做法,厂家的营销渠道建设、经销商的资金运转越来越健康,抵抗金融风险的能力也随之大大增强。

“2008年乘用车内需将高速增长,全年预计在20%左右,商用车增长速度基本维持正常水平,预计增速在8%~10%。综合乘用车和商用车两方面的预测,2008年国内汽车产销量将达到1023万辆。”国家信息中心汽车研究处副处长李伟利对今年汽车市场持乐观态度,他认为,CPI过高的压力使2008年燃油税出台的机率大大降低,虽然今年油价还会维持比较高的水平,但从油价提高对整体车市影响来看,市场产生大幅下滑的可能性不大;另一方面,虽然奥运会对车市产生不利影响,但随着汽车消费的主要动力向二三线城市转移,北京车市对全国市场的增长贡献已经下降。

而更多的汽车厂商则希望借奥运会“东风”实现腾飞:作为北京奥运会的合作伙伴,上海大众市场公关总监曾家麟表示,对上海大众来说,2008年是千载难逢的机会,所有营销工作都是紧紧围绕着奥运展开的;一汽-大众奥迪销售部副总经理肖敏也表示,奥迪将利用奥运会的机会,通过提供奥运委的车辆,抓住奥运会期间的尊贵时刻跟进奥迪品牌市场营销活动,提升奥迪的品牌形象。