



奥迪 Q5



沃尔沃 C70



宝马 X5

大众甲壳虫来了, 克莱斯勒 PT 漫步者来了, 全新沃尔沃 C70 也来了……作为全球第二大市场, 国际汽车巨头们除了继续以合资的方式扩大在中国市场的份额外, 进口车型也蜂拥而至并在 2007 年取得了“豪华式”增长。与此同时, 进口车市场的车型含量、品种布局趋于多样化, 整体呈现高档化、个性化、差异化的发展趋势, 进口车之间以及部分进口车与国产车之间形成了“品种互补, 错位经营”的格局。

SUV 销量大增 轿车更趋高档化

据海关统计, 2007 年全年汽车进口 31.3 万辆, 同比增长 37.9%, 远远高于国产车的增幅, 其中, 进口 SUV 迎来“爆发式”增长, 全年进口 14.26 万辆, 同比增长 65.4%, 首次超过轿车进口量, 成为进口车市场最活跃的车型。

日前在北京举行的“中国汽车市场研讨会”上, 中国进口汽车贸易销售公司总经理孙勇透露, 2007 年, 大排量轿车的进口增速更高, 2.5L 以上车型所占比例明显增大, 达到 69.4%, 而 1.5L 至 2.5L 的进口车型多为个性化强的车型或轿跑车。

奔驰汽车特约经销商郑州之星汽车销售有限公司副总经理高礼宾告诉记者, 随着越来越多的中低端进口车的国产, 使得 2.5L 以下排量进口轿车的数量大幅减少, 进口车消费目前开始向中高端车型集中, 更趋向高档豪华方向。

“2007 年进口车的消费增长远远超出了厂家的预测, 部分 SUV 车型因为市场需求过旺超出厂家预期而一度缺货, 消费者需要排号两个月才能提到车。”在克莱斯勒、JEEP 经销商河南涌金 4S 店, 克莱斯勒大捷龙、JEEP 指南者等进口车型销量与 2006 年相比翻了一番, 副总经理钟江认为, 进口车型大多拥有优秀的品牌号召力、严谨的制造工艺和丰富的科技含量, 无论产品本身还是品牌

车市探营

2008 经典小车迎来春天

据记者粗略统计, 2007 年, 新车累计上市近百款, 平均每 4 天上市一款新车, 这也促成了 2007 年产销两旺的局面。除了一些改款车, 大多集中在中高档轿车, 小型车乏善可陈。

亚运村车市总经理苏晖认为, 国内车市缺少经济型车, 但缺少经典小型车。

中产、白领阶层难觅小型车

记者做过调查, 喜爱小排量车、小型车的消费者占到被调查者的 50% 以上。一位受访者说, 她一直想买辆小型汽车, 只是因为国产小型车在外观、舒适性上都不能满足她的需求, 所以花高价买了进口的大众甲壳虫。这辆车的价格足够买一辆国产中高级轿车, 但它个性化的外观和精良的品质, 有着普通中高级轿车难以替代的吸引力。

一位汽车分析师说: “一些汽车企业对中级车采取措施向更低价位区间延伸, 使不想买小型车的消费者转而购买款式更丰富、舒适性更好的中级车。”更为关键的原因是, 当今我国汽车市场中缺少能满足这部分消费需求的精品小型车。当前, “小型车等于低档车”的概念仍十分盛行。在很多人心目中, 小型车就应该很便宜。为了迎合这种观念, 追求低成本, 大多数小型车生产厂家都采取了低质、低价策略, 能省则省, 技术含量低, 品质差, 甚至舒适性、安全性也有较大水分。

小型车迎来发展机遇

2007 年, 国际油价不断攀升, 一度突破 100 美元/桶。受国际油价上涨影响, 国内柴油供应也出现紧张局面。国家发改委在 2007 年 11 月 1 日将汽油、柴油和航空煤油价格每吨各提高 500 元。不断高涨的油价让很多有意购车的人不得不考虑用车的经济问题。

除了油价, 交通拥堵也令汽车消费者十分头痛。如何解决车与能源、环保、道路的紧张关系迫在眉睫。

汽车独立设计师凌然认为, “小型车是我国汽车未来发展方向。”在欧洲, 小型车一直受到当地消费者的欢迎, 法国、意大利街头随处可见单厢、两厢的小型车, 大众甲壳虫也因在国外相当普及而被称为“全民车”。凌然说: “中国市场也会向小型车方向靠拢。”

小型车也要精品

业内人士认为, 随着油价上涨、交通拥堵的日益加剧, 小型车应该受到厂商关注。同时, 白领阶层不断扩大, 这部分受过良好教育、事业有成、环保与社会意识较强的消费者, 对小型车有潜在需求。只是他们需要的是品质高、品牌好、性能优的小型车。与此相比, 国内小型车目前的发展状况与趋势不理想。一方面, 大家在认识上存在误区, 以为小型车就是低档车, 小就应该便宜; 另一方面, 国内市场销售的小型车中缺少精品, 普遍配置、性能、品质偏低, 价格也集中在低档, 造成中等消费群体想买小型车却没有合适车型, 只能选择大空间、大排量的中级、中高级车。李太勇

内涵都独树一帜, 更容易受到追求品质感的中高端汽车消费者青睐。

车型多样化 市场细分化

“目前, 进口车已经结束了一款车型打天下的时代, 更多品牌和更多新车型的投放成为带动进口车型销量大幅度提升的主要原因。”宝马汽车特约经销商河南中德宝总经理李军认为, 新车型的引入使进口车市场细分化愈来愈明显, 一些追求新锐、时尚的年轻消费者的崛起让跑车、轿跑车等一些小众化、个性化车型成为进口车市场上新的增长点。

据孙勇介绍, 2007 年的进口车型主要集中在日本、德国、韩国、美国, 其中, 日系进口车表现尤为抢眼, 随着丰田、本田、日产旗下雷克萨斯、讴歌和英菲尼迪三大豪华品牌的全面上市, 日系车以高档品牌和 SUV 为主体强势切入, 在细分市场形成明显优势, 成为 2007 年进口车市场的亮点, 在增速最大的进口 SUV 车型中, 日系品牌占总销量的比例达 54%。

孙勇表示, 今年, 更多的品牌和更多车

型将推广到中国, 进口车的结构会更加趋向多样化, 市场会进一步细分, 在经济保持较快增长情况下, 进口汽车市场仍将保持 20% 左右的增长, 预计全年汽车进口量将超过 36 万辆。

记者了解到, 今年即将引入国内的进口汽车除了刚刚在北美国际车展上亮相的宝马 X6、别克首款 SUV 以外, 还有英菲尼迪 M45、欧宝 Antara、大众 Tiguan、沃尔沃 XC70、雷克萨斯 LX570、大众 EOS、奥迪 Q5、08 款法拉利 F430、雷诺全新 Laguna、道奇 Caliber 等, 高价格、高需求、高利润已让中国成为进口豪华车型的“淘金地”。

豪华车盯上中原 进口车大有市场

在中原汽车市场, 宝马、奔驰、沃尔沃、大众 JEEP 等进口车型 2007 年的销量增幅均超过 40%, 部分品牌甚至实现销量甚至翻倍增长, 与此同时, 更多新的进口豪华车品牌开始盯上中原腹地, 纷纷入驻河南。

2007 年 10 月, 丰田(中国)投资公司副总经理曾林堂来到郑州参加雷克萨斯新店——郑州远达雷克萨斯开业时曾表示, 中

车市导购

迎新春 3 款酷车送家人

现在的购车人是越来越理性了, 不再以价格高低“取舍”所选车型, 而更多的是学会看汽车的“性格”是否和自己相匹配。随着更多家庭步入“第二辆”、“第三辆”车的热潮, 给家人送车已不足为奇了, 在走访车市后, 个人认为以下 3 款车值得推荐。



■送给老爸: 时尚的 SUV

推荐车型: 双龙爱腾

推荐理由: 对于酷爱旅游的时尚老爸老妈来说, 过年送辆越野性能不错又省油 SUV 应该是不错的选择。这款诞生于最新一代轿车技术平台——PQ46 平台, 搭载了当今具有革命性技术的 TSI 发

满活力的时尚老人的喜爱。而最重要的是这款车首次从安全意识出发, 侧面采用的是多重折设计, 能够减缓车辆碰撞时的强力冲击力, 这足以让儿女对外的老爸老妈大大的放心。



■送给老公: 成熟稳重的轿车

推荐车型: 一汽-大众迈腾

推荐理由: 仅看名字, 就知道将这款车送给老公最合适不过, “迈”寓意自信、果决、动感; “腾”表示腾飞、超越、激情。而其刚毅的 V 型前脸稳健大气, 动感时尚, 其流线型线条, 尽显睿智从容之气, 十分符合老公成熟的性格。除此之外, 这款车诞生于最新一代轿车技术平台——PQ46 平台, 搭载了当今具有革命性技术的 TSI 发

动机, 全新的 1.8TSI 发动机将涡轮增压技术与汽油缸内直喷技术完美结合在一起, 如此舒适的驾控性, 即使再挑剔的老公, 也无话可说。



■送给儿子: 新时代酷车

推荐车型: 长安铃木天语 SX4 两厢

推荐理由: 选辆小巧精干的 SX4 给刚刚工作的儿子, 绝对让他帅气十足。SX4 两厢正符合刚从校园走出的年轻人。SX4 将时尚、动感结合在一起, 轻而易举地实现了眼下风靡的 Cross 特性。其不俗的行驶性能, 加上让人满意的动力表现, 准保能让儿子喜爱不已。在主动安全性能方面, 这款车标配了 ABS 防抱死系统、EBD 电子助力分配系统等等均能有效地降低意外, 给爱开快车的年轻人以安全保证。李文玲

车市表情

二手车出现低龄化趋势

来自二手车市场的最新统计数字显示, 二手车市场呈现高速发展态势, 但是仍存在痼疾, 行业需要重新塑造。同时随着大量新车的上市, 加快了新车更换的频率, 出现了使用三四年的新车进入二手车市场, 使二手车龄出现低龄化趋势, 3 年以内的准新车占交易总量的 34.51%, 使用时间 3 至 10 年区间内的二手车占交易总量的 57.55%, 大多数进入流通的二手车在此年限范围内, 而使用年限在 10 年以上的老旧车仅占交易总量的 7.94%。

手车经营主体尚未发育成熟, 行业结构不完整。目前主要的二手车经营企业以经纪公司为主, 虽然其经验丰富, 经营灵活, 但这类企业多数规模较小, 竞争力弱, 问题较多。多数品牌经销商的二手车业务, 仅仅围绕新旧置换, 其主要目的是销售新车, 而且处于学习与探索阶段。专业的二手车经销企业很少, 二手车经营企业间流通未形成规模, “批发”环节尚未形成, 二手车鉴定评估偏重定性分析, 主观性较强, 消费者认可度低。二手车流通参与者成分复杂, 资源分散, 经营资源多数来自个人, 收车成本过高, 销售形式单一, 信贷销售方式尚未启动。

尽管“提高行业诚信度, 让消费者放心”的口号提议多年, 但仍不能尽如人意, 由于准入条件不明确, 政策法规不完善, 局

部地区市场秩序出现混乱。

行业形象 亟待重新塑造

倡导诚信, 提升服务品质渐成为行业的主流, 渐入人心的二手车服务品牌如诚新二手车、奥迪 3A、安心二手车、北京旧车市场先行赔付等, 将成为带动全国二手车行业诚信经营的第一梯队。各地二手车交易市场以延伸服务链条和提升服务品质作为有形市场升级换代的切入点, 一些上规模的经纪公司和新型的二手车商开始向消费者提供质量保证, 部分经纪公司注重引进高素质实用人才, 重塑形象, 二手车流通行业组织, 正在成为行业自律, 改善二手车流通环境的组织者、倡导者、监督者。何伊鸣

车市资讯

青年莲花竞速河南上市

1 月 26 日, 青年汽车与英国莲花工程联合推出的首款轿跑车竞速(RCR)在郑州联发汽车销售服务有限公司正式上市, 此款由中国青年汽车集团、贵航集团与英国莲花工程联合推出的首款轿跑车共有四款车型, 售价分别为: 1.6L MT 豪华版售价 12.98 万元; 1.6L MT 运动版售价 13.98 万元; 1.6L AT 豪华版售价 13.98 万元; 1.6L AT 运动版售价 14.98 万元。

RCR 竞速 2008 年的市场销售目标是三万台, 首先以进口车的方式引进销售。竞速在整车设计元素上充满了跑车的烙印, 外形动感靓丽、操控精准、底盘扎实、动力强劲、内饰风格充满了运动感和科技感。RCR 竞速所配置的发动机, 是莲花工程发动机测试中心, 专门为该车度身打造的 Campro1.6L 发动机, 最大输出功率达到 82kw, 最大扭矩 149 Nm。张磊

一汽丰田兰德酷路泽雪中亮相

1 月 26 日, 一汽丰田全新 LAND CRUISER 200 兰德酷路泽河南区域上市发布会在郑州桃花峪风景区举行。苍松翠柏, 残雪斑斑, 雪后初霁的桃花峪更加迷人, 亲临现场的省会各大媒体代表和百余名一汽丰田车主共同见证了本次发布会, 并体验了一把雪地驰骋的飞扬和刺激, 真正领略了 LAND CRUISER 200 兰德酷路泽倡导的“畅享自由 新境界”的全新理念。

LAND CRUISER 自 1951 年诞生以来, 历经半个多世纪, 在全世界逾 140 个国家和地区销售, 凭借其优异的越野性能、耐久性以及可靠性, 得到了世界各国消费者的高度好评。而秉承丰田品牌“VIBRANT CLARITY”(活力·明快)设计原理开发的全新 LAND CRUISER 200 兰德酷路泽, 不仅彰显了新一代四驱之王的风范, 也体现了高级 SUV 所具备的可靠性、先进性和高级感。使得 LAND CRUISER 200 兰德酷路泽在确保了世界顶级水准的越野性能的基础上又增加了全新的商品价值, 从而升华为一款超越时代潮流的里程碑式的顶级四驱之王。张延昭

别克君越油电混合动力车问世

近日, 上海通用汽车在其“绿动未来”战略启动仪式上, 正式推出了别克 LaCROSSE 君越 Eco-Hybrid 油电混合动力车, 实现了技术与成本的完美平衡, 为市场带来全新的绿色科技。

据河南新纪元公关市场部负责人方欣介绍, 别克 LaCROSSE 君越 Eco-Hybrid 油电混合动力车是国内第一款中高排量产混合动力车型, 也是上海通用汽车依托通用汽车全球领先的能源环保技术, 汇集创新高科技打造的“绿色产品”。

作为主流车型的环保动力科技先锋, 别克君越 Eco-Hybrid 以其高效环保的绿色科技, 不仅为别克品牌内涵注入了鲜明的绿色时代特征, 更为放眼未来的时代精英们提供了为环保事业贡献一己之力、实现自身绿色梦想的极好契机。张磊



Mazda2 抢先登陆紧凑型轿车市场

记者从长安马自达在河南的首家授权经销商河南涌金 4S 销售服务店获悉, 自 1 月 15 日 Mazda2 在河南上市之后, 目前到店购车客户中, 购买高配自动挡的占到一半以上。在 8 万~10 万元售价的车型中, 能够达到这样的车型销售比例是比较罕见的。这一现实从侧面佐证, 对于高端精品车型的需求已经成为紧凑型轿车市场的消费潮流, Mazda2 如愿地开辟了一个全新的细分市场。

基于马自达全新的“Zoom-Zoom”可持续宣言”理念的首款车 Mazda2, 第一次将马自达品牌所倡导的驾驭乐趣与新时代人们对于环保及安全的需求完美融合。这种品牌理念的“进化”, 体现了马自达品牌对现代时尚价值观的关注与追求。而正是这种关注和追求, 让 Mazda2 得以骄傲自信地面对个性时尚的年轻消费群体, 在日本, 全新 Mazda2 上市仅一个月即创造了 3 倍于预期的销量, 并荣获日本汽车学者和媒体共同评选颁发的“2008RJC 年度车型”大奖。同时, 在代表了全球汽车工业技术最高水平、引领汽车消费潮流的欧洲市场, Mazda2 同样赢得了广泛好评, 勇夺“2008 欧洲年度车型”第二名的殊荣, 在所有日系车型中排名最高。魏瑞娟

狮跑 时尚男女共同选择的“新春大礼”

随着农历新年即将到来, 很多持币待购的人们在盘算着趁节日给自己买一份奢侈的“大礼物”, 以此来犒劳自己一整年的努力, 东风悦达起亚的首款城市 SUV 狮跑, 便是一辆无论从外观还是性能等方面都属于男女皆合意的车型。记者从河南双盛、河南新裕隆获悉, 即日起至 2 月 6 日, 消费者购买狮跑还能额外获得价值 3000 元的 GPS 导航器。

在外观风格的设计上, 狮跑具备了时尚感、运动感和引领都市潮流的特征, 锐利动感的肌肉线条让整车看上去像一头随时准备奔跑的雄狮, 精致的点缀设计又为时尚气质加分不少, 狂野与时尚的精妙结合, 自然能吸引都市男女的共同青睐。此外, 狮跑的内室空间非常宽敞舒适, 座椅的多样组合功能以及面面俱到的人性化配置, 能满足女孩子对舒适和便利的需求, 卓越的操控感、良好的通过性、众多的电子设备又符合男性对一款好车的要求; 6 安全气囊、ABS、EBD、TCS 等丰富的配置, 让无论是身材娇小柔弱需要助力转向系统的“她”, 还是追求驾驶乐趣需要额外保护的“他”, 都能从狮跑身上找到“安全感”。

戴杰高超