



## 新赛欧低价上市 点燃经济型轿车竞争战火

1月16日,河南新希望、河南众通联合上海通用在郑州国际会展中心举行雪佛兰新赛欧河南区域上市仪式,首批上市车型售价5.68万~6.88万元,价格已冲入目前自主品牌主导的低端经济型轿车市场。业内人士认为,今后,自主品牌和合资品牌将在更多的细分市场展开竞争。

目前,国内7万元以下的经济型轿车市场由自主品牌主导,而此次新赛欧推出的1.2L和1.4L的5款手动三厢车型价格已经冲入此区间,将与市场现有的自主品牌车型展开直接竞争。据河南新希望汽车公司总经理

余继华介绍,新赛欧搭载全新开发的1.4L S-TEC III和1.2L S-TEC II汽油发动机,升功率分别达54.3kW/L和53.1kW/L,百公里综合油耗为5.9L和5.7L,排放达到欧IV标准,并具备国V标准的升级能力。全系车型按C-NCAP四星级安全标准设计,匹配五速手动变速箱,有蓝、橙、银、红等六种车身颜色。

10年前,赛欧以10万元“低价”入市,成为轿车大规模进入家庭的首批代表车型,而此次,新赛欧仍然扮演了轿车普及的先鋒角色,只是针对的地域市场不同,新赛

欧的营销重点是二三线城市。

新赛欧诞生于上海通用为其全新研发的S11平台。据介绍,在S11平台上,还将开发一系列新赛欧的后续车型,包括出口到英联邦国家的右舵车。而根据通用与上汽在联手开发印度等亚洲新兴市场上的合作计划,新赛欧右舵车将成为首批导入到印度市场销售的上海通用车型。

目前,新赛欧首批推出的5款车型均为三厢手动车型。两厢车型和自动挡车型将在今年年中之后推出。

## 市场

# 预期乐观 增速趋稳

本报记者 李莉

提车是否还需要排队?什么时候出手购车才能享受更多的优惠?准备今年购车的消费者最关心的莫过于这两个问题。去年,车市一贯的价格大战被供不应求的供需状态所打破,排队等车、加价购车成了车市的一种“风景”。今年,消费者还需要为没有现车而苦恼吗?车市价格将如何波动?中国的汽车业还将创造怎样的增长奇迹?记者提前为您“望风”。

### 增速仍可期

在去年车市大幅“增收”40%的背景下,今年车市将以何种速度前行是业界关注的焦点。

“一方面,政府将继续拉动内需,保持宏观经济的稳增长;另一方面,市场被激活之后,将会保持一种惯性冲刺;此外,中国市场本身的汽车消费潜力还非常大,特别是在小排量车市场方面。”吉利汽车销售公司总经理刘金良这样分析,他认为,今年中国车市还将继续领跑,预计将有20%左右的增长幅度。

国家信息中心资源开发部主任徐长明认为,从政策办法和经济增长的角度来说,今年汽车市场应该是保持正常增长的年份,预计增长率在16%到17%左右。

“目前不少厂家的订单已经排满第一季度,再加上今年还有多款重量级新车将上市,势必进一步刺激消费者的购买

欲望。因此,今年上半年市场增长速度应该比较快,价格也会相对稳定,全年的增长速度仍比较乐观。”长安马自达河南涌盛4S店总经理彭勇认为。

记者采访了解到,“增长15%~20%”成为目前众多业内人士的普遍预期。从部分企业已公布的2010年销售计划中,则可以更加清晰地感受到车企对今年汽车市场的乐观与期待:比亚迪、长安自主轿车直接将今年的销售目标翻番,江淮乘用车制订了150%的销售目标,而东风日产、广汽丰田等合资企业则大多制订了两位数的销量增长目标。

### 提车不再难

与市场乐观预期及较高销售目标相跟进的是产能的扩充。2009年,面对火爆的市场,各大车企一方面后悔产销计划做得太保守,一方面则在厉兵秣马扩充产能。

从目前已经公布的情况来看,东风日产、一汽-大众、广汽丰田、上汽通用五菱等10多家车企都宣布了扩充产能的计划,华晨汽车、长安汽车、天津一汽等自主车企的新生产基地也将在今年竣工投产。

河南省汽车工业协会常务副会长蒋贵敏分析,随着市场结构的优化和车企准备充足,今年提车难现象将不会像去年那样严重,一季度之后,现车紧缺的市场行情有望得到缓解。

“目前提车难仍没有缓解,一方面由于春节前夕是传统购车高峰,另一方面是厂家还在

后产能进一步大幅升高,市场增速下降而库存增加时,车市将出现降价促销活动。”

“2009年车价坚挺,是因为政策优惠变相降低了消费者购买成本,2010年购置税优惠幅度减小,厂家和商家必然要加大优惠幅度。”东风悦达起亚河南新裕隆4S店总经理孙开钢这样分析。

“从厂家宣布的较高销量任务来看,要完成这个任务,除了推新车,另外一招就是价格战,而从经销商的角度来看,厂家产销目标的提高势必将会增加旗下经销商的销售任务,如果汽车市场需求无法完全消化,车商们扩充的任务量,激烈竞争就会给汽车的市场终端价格带来压力,部分车价有可能出现松动,而这个变动的幅度可能还会大于购置税调整幅度。”某自主品牌经销商认为:“这意味着,虽然消费者今年购车须为购置税多掏几千元,但二季度后车商本身优惠的加大反而让购车比购置税减半更优惠。”

对于众多准备今年购车的消费者而言,车价将如何浮动无疑是最关心的。

“市场供求关系是最好的价格杠杆。在车企纷纷大幅增加产销目标的情况下,一旦市场上现车供应充足,那么各品牌车型的厮杀将逐步白热化,价格战也将不可避免。从目前的情况看,去年底及春节前持续的有市无车让今年一季度厂家的主要精力都将会放在消化订单上面,短期内,车市价格将会继续保持稳定状态。”全国乘用车联席会秘书长饶达认为,第二季度当企业经过调整

### 车价或松动

后产能进一步大幅升高,市场增速下降而库存增加时,车市将出现降价促销活动。”

“2009年车价坚挺,是因为政策优惠变相降低了消费者购买成本,2010年购置税优惠幅度减小,厂家和商家必然要加大优惠幅度。”东风悦达起亚河南新裕隆4S店总经理孙开钢这样分析。

“从厂家宣布的较高销量任务来看,要完成这个任务,除了推新车,另外一招就是价格战,而从经销商的角度来看,厂家产销目标的提高势必将会增加旗下经销商的销售任务,如果汽车市场需求无法完全消化,车商们扩充的任务量,激烈竞争就会给汽车的市场终端价格带来压力,部分车价有可能出现松动,而这个变动的幅度可能还会大于购置税调整幅度。”某自主品牌经销商认为:“这意味着,虽然消费者今年购车须为购置税多掏几千元,但二季度后车商本身优惠的加大反而让购车比购置税减半更优惠。”



资料图片

### 年产销突破

1300万辆、增长速度达40%、全球第一汽车产销大国……顶着一大堆光环的2009年车市已经成为历史,刚刚到来的2010年有兴奋更有压力。

本报继续推出《2010车市风向》系列报道,带您全面预测新年车市的走向,本期请看市场篇。

## 2010年SUV市场大腕云集

本报记者 李莉

近日进行的一项关于2010年汽车流行趋势的调查显示,今年,汽车消费个性化需求将进一步凸显,其中SUV支持率大幅上升至27.3%,增幅近50%,消费需求显著提高。作为近年来表现最为抢眼的一个细分市场,SUV市场今年也将有更多的重量级新车涌入。



### 奇瑞威麟X5:硬派SUV

预计售价:15万元~20万元

无论从外型还是产品本身来看,威麟X5都属于硬派越野车。威麟X5整车外观威猛充满强烈硬汉气息,车身尺寸为4697/1878/1836mm(长/宽/高),轴距为2725mm,最小离地间隙为185mm。在动力方面,威麟X5搭载了一台2.0L直列四缸中冷涡轮增压发动机,变速箱为五挡手动变速器,而底盘悬挂采用的是前双摆臂扭杆臂后整体桥螺旋簧的结构。作为一款血统纯正的硬派越野车,威麟X5整合了全球资源,并采用了最新平台技术自主开发,非承载式车身、独立大梁结构、前双叉臂+后整体桥的悬挂形式,配合前后稳定杆和止推杆,加上非承载式车底盘,整体刚性相当可观。同时发动机、变速箱与油箱都有面积不等的护板,这些针对越野的设计让驾驶者面对山水时更显从容。在刚刚结束的2010年达喀尔拉力赛上,代表自主品牌首次远征达喀尔的威麟X5顺利通过了高温、岩石、沙丘、沙漠等恶劣环境考验。



### 海马S3:海马首款中级产品

预计售价:12万元~15万元

海马S3将是海马旗下首款诞生自中级车平台上的SUV车型,厚实饱满的外观造型看起来颇具亲和力,车身比例、线条、各个元素的设计都没有太多可以挑剔的地方。海马S3车身尺寸为4421/1830/1710mm(长/宽/高),轴距2619mm,这样的尺寸在SUV车型中属于中等身材,虽然没有明显优势,但是在尺寸和空间上有足够的实力和同级别的合资品牌SUV叫板。动力方面,海马自主研发的2.0VVT发动机是S3的动力首选,这款发动机的进排气可变正时气门技术提高了燃烧效率,提供了充足的动力和良好的燃油经济性,在保障动力输出的同时能够有效的控制油耗,帮助扭转SUV“油老虎”的形象。

### 大众途观:都市SUV最有力的挑战者

预计售价:20万元~30万元

之前销售的进口Tiguan是大众旗下首款城市SUV车型,其国产版本目前已由上海大众生产并正式命名为“途观”。途观将于今年二季度在国内上市。国产版的途观针对之前的进口车型做了部分改进。其最大的变化是在Tiguan的基础上加长了轴距,达到2684mm,同时车身长度也相应增加了68mm,三围尺寸变为4525/1809/1685mm(长/宽/高),加长的轴距对车内空间的改善效果明显,充分迎合国内消费者的喜好。首批上市的国产途观或会搭载最大功率147kW最大扭矩280N.m的2.0TSI发动机,搭配6速手自一体变速箱。



### 国产奥迪Q5:中高级SUV猛将

预计售价:37万元~53万元

先期上市的进口Q5已让人们见识到这款产品的魅力,而即将上市的国产版Q5也备受期待。国产版Q5与进口版Q5出自相同的生产平台,在车身尺寸上,4.629/1880/1653mm(长/宽/高)的身材在同级别的SUV阵营中也算得上是健硕的一位,2805mm的轴距同样在同级车中领先,车内的纵向和横向空间足够宽敞,不过轿化车的车顶设计影响了后排头部空间,和同级别SUV车型相比略显局促。动力方面,目前登上新车目录的国产Q5只搭载了一款2.0TFSI发动机。国产版Q5的售价要比进口Q5略低些,更低的门槛意味着其能够满足更大范围消费者的需求,可以预见,随着国产Q5的上市,奥迪在国内又会增加一员悍将。



### 车市风标

### 车市层级细分或将加速

消费者的汽车消费习惯逐渐成熟,对汽车产品将会有更新的需求;汽车产品的竞争激烈程度也逐渐加剧,厂家和经销商为了追求利润,会推出更具竞争力的车型……这些变化或将加速2010年中国车市层级的细分,而且这些细分还将表现出以下三种趋势:

#### 趋势一:传统层级进一步细化

汽车业内人士认为:差异定位是汽车厂商对传统汽车层级的进一步细化,比如说,将中高级车市再进一步地进行风格、年龄,甚至于性别的细分。

除了定位差异之外,新老两代共存也是传统车市层级进一步细化的表现,2010年,厂商依旧会抓住机会进一步细化传统车市层级。

#### 趋势二:小众个性车型渐成气候

专家表示,小众个性车市在国内将会形成一定的气候,甚至于成为一个较大的细分层级,这主要源于一部分车主到了换车时期,在购买第二辆车时会考虑换口味,小众个性车对这部分消费者的诱惑力会很大。

此外,当各个汽车厂商的主力车型销量达到一定高度并难以提高时,如何推出更多产品来提高车型覆盖面,丰富品牌内涵,以继续保持增长便成了重点,而细分市场的车型多为高端产品,小众化、个性化就意味着消费者的品牌忠诚度较高,因此,厂家会推出少量高利润的车型来应对市场。

#### 趋势三:单车系衍生出多个车型

单车系衍生出多个车型或将在2010年成为一种流行。各大汽车品牌在开拓小众个性车市、细化传统层级的同时,都在努力丰富单车系的产品线。

另外,各大汽车品牌在汽车产品上“刻苦钻研”的同时,也在销售网点上大做文章,记者从各大汽车厂家了解到,无论是合资品牌还是自主品牌都将在2010年加大销售网点的建设,并将销售网点向二三级以下延伸,采取“打群架”的战略,填补无销售网点的空白。

樊远洋