



## 16家央企抱团抢滩 新能源汽车“国家队”诞生

由国资委牵头,16家中央企业组建的电动汽车联盟日前成立,这意味着提升中国电动车产业整体技术水平的“国家队”诞生。

据了解,联盟成立后主要是在资源整合、上下游产业链和产能配合等方面做好协调工作,共同发展电动汽车。联盟的近期目标是促进产业相关技术标准的统一,中长期目标是要掌握电动车核心技术,打造具有国际竞争力的中国电动车企业和品牌。

品牌。

分析人士认为,自中汽协牵头国内排名前十的车企成立电动汽车联盟之后,国资委成立的电动汽车联盟更具“官方”色彩,将在电动汽车资源整合方面发挥更大的作用,在相互协作上要优于其他同类联盟。

目前参与联盟的车企为一汽、东风、长安汽车这三家,其他央企包括东方电气、南车股份、中海油、中航科工、国家电网、中石化、南方电网等。

一段时间以来,央企纷纷宣布进入新能源汽车领域,但也出现了“各自为战”的情况。国资委牵头组建新能源汽车央企大联盟的初衷正是源于“整合优势资源、集中力量”。

据知情人士透露,根据联盟的筹备方案,到2012年,央企大联盟对新能源汽车领域投资将增至1000亿元,未来还可能将个别央企的新能源汽车资产并入联盟。

宦璐

## 节能补贴刺激

# 车市价格战升级

本报记者 李莉

时间步入8月末,“金九银十”脚步渐近。包含12家厂家61款车型在内的第二批节能汽车推广目录近日出炉,随着各批次节能车型补贴政策的推广、落实,加上车市目前各种优惠基本已经达到最高,准备年内购车的消费者面临“出手”良机。

### 二批补贴车型更“主流”

时隔一个多月后,8月17日,在千呼万唤中,国家发展改革委、工业和信息化部、财政部公布了第二批“节能产品惠民工程”节能汽车(1.6升及以下乘用车)推广目录,一汽-大众、东风日产、北京现代、长安马自达、昌河铃木、奇瑞、上海通用、一汽丰田、海马汽车等12家企业的61款车型入围第二批推广目录。

至此,加上首批16家企业的71款车型,已经有132款车型进入“节能汽车推广目录”。

记者发现,与此前入围的节能车型相比,新一批入围车型的市场关注度相对更高。其中,不乏东风日产TIIDA、一汽丰田卡罗拉、别克凯越、北京现代悦动、马自达3等市场占有率较高的热销车型。

本次补贴节能车推广目录中,最出彩的当属奇瑞汽车,旗下包括奇瑞A系列、瑞麒、旗云、风云、东方之子共17款车型上榜,加上第一批补贴名单中的3款,奇瑞旗下共20款车型入围节能榜。而东风日产的骐达、颐达、轩逸则如同厂家此前预言的那样,共6款车型出现在第二批补贴名单中,据记者了解,本地东风日产4S店已经在7月下旬开始补贴3000元现金。

此外,第二批补贴名单中还有不少此前终端价格坚挺、没有任何现金优惠

### 主流家轿大打价格战

大幅现金优惠、节能补贴、豪华大礼包、零利率分期……这些在眼下的车市已经成为“常态”。记者了解到,首批71款节能补贴车型公布后,在车市就引发了“3000元补贴”的优惠大战,随着第二批61款补贴名单的出炉,节能车与节能车之间及节能车与非节能车之间已经展开全面竞争,1.6L及其以下排量家庭轿车价格战进一步升级,上万元的降幅在中原车市中已是“主流”。

第二批车型目录公布后,记者走访中原车市各大汽车市场发现,不少车商除了将按规定给上榜车型3000元的节能补贴外,更有近万元的现金优惠,如东风日产TIIDA、北京现代悦动、别克凯越、一汽丰田卡罗拉等车型的提车优惠均达到万元以上,而至今尚未进入补贴名单的车型也紧随竞争对手的步伐,加入到了“万元优惠俱乐部”,东风标致307、东风雪铁龙世嘉等车型在经销商

处的现金让利均已达上万元,达到去年下半年至今的最大优惠额。

“预计短期内车市这种大范围降价促销的局面还会延续,对准备年内购车的消费者而言,从市场价格和可享受的优惠幅度来讲,8月中旬至9月中下旬是一个较好的购车时机。”东风悦达起亚河南双盛4S店销售经理商志鹏表示。

来自国家发改委的消息称,在第二批节能车目录公布后,“三部委”还会适时公布其他批次节能车补贴目录。

“除实际降价外,补贴更主要意义是调动消费者注意力,从而刺激消费。前期就有一些意向客户‘按兵不动’等着第二批补贴目录出炉,随着节能补贴车型的相继公布,加上各种优惠额度基本已达最高,消费者也到了出手的时候。”长安马自达河南涌盛4S店市场部黄经理分析说。

业内人士认为,目前看,库存上升对汽车市场确实形成了一定的降价压力,但多数厂家库存数量仍在上限范围之内,根据当前市场形势判断,受大量新车上市、市场供给增加及经销商淡季促销等因素叠加作用,汽车价格近期还会保持走低趋势,但根据目前车市的降价幅度,汽车价格继续大幅下行的空间有限,随着第四季度销售旺季的到来,市场价格不排除触底反弹的可能。

### 相关链接

#### 第二批节能汽车推广目录

北京奔驰:C180(1款)

北京现代:伊兰特悦动、伊兰特(4款)

北汽福田:迷迪(2款)

长安马自达:马自达3(2款)

长安福特:新嘉年华(6款)

长安汽车:奔奔mini(2款)

东风日产:颐达、骐达、轩逸(6款)

昌河铃木:北斗星(4款)

奇瑞汽车:东方之子、奇瑞A1、奇瑞A3、瑞麒M1、瑞麒M5、旗云1、旗云2、奇瑞A5/旗云3、瑞麒G3、风云2、奇瑞QQ3(17款)

上海通用:英朗GT、英朗XT(5款)

一汽丰田:卡罗拉(1款)

一汽-大众:速腾1.4T、迈腾1.4T、宝来1.4T、高尔夫1.4T、高尔夫1.6L(9款)

海马汽车:海马2、福美来(2款)

### 两派相争

## SUV市场增势迅猛

根据中国汽车技术研究中心统计数据,上月SUV产销量环比分别增长7.85%和5.41%,同比分别增长74.76%和65.58%,成为乘用车市场中产销环比以及同比增幅最大的车型。分析近两年持续火爆的SUV市场,会发现市场需求带动新上市车型呈现两条线的发展趋势,即硬派越野车型与跨界车型两个阵营同时发展,而正是这种两派相争的格局,促进了整个SUV市场增幅抢眼。

### 硬汉传奇

#### ——纯粹硬派越野车

在军队野外作战需求下产生了早期纯粹越野车,这类车型明显的标志是其底盘前桥为越野型高强度大摆臂结构独立悬架,断开式四连杆悬挂后桥,螺旋弹簧非独立悬架,而且底盘一般都有大梁,适合做野外牵引。越野车的典型代表就是美国的吉普和民用悍马、英国的路虎等。随着越野车的平民化,以及道路设施的不完善,硬派越野车

型逐渐减少,才出现了坚持越野性能的硬派越野车型,与采用轿车底盘和越野外形的城市跨界车型。

长久以来,越野车型以其独特魅力,拥有无数追随者,众多越野迷的需求,目前市场上硬派越野车型开始走上越野复兴之路,并在舒适性上进行了很大提升,越来越受到市场欢迎。如为越野而生的威麟X5,采用非承载式车身,大梁式底盘的典型越野骨架构,其结构刚性强,拥有很好的耐冲击、抗扭曲性能,可以完全保障越野平稳性和安全性。同时,这种特殊的后悬挂几何设计,能够保证威麟X5在进行越野时有足够的位移角度,同时经过颠簸路面的舒适性要好一些,不会出现钢板弹簧常有的强烈弹跳现象。

### 城市骑兵

#### ——轿车化城市跨SUV

随着城市化的高速发展,城市生活方式引导越野车功能的转变。从吉普公司第一辆城市

SUV切诺基的问世,城市跨界派开始诞生并迅速风靡。切诺基取消了车体梯形底盘大梁结构,用承载式车身结构,提高舒适性的同时,降低了车重,保存了硬轴悬挂以保留一定的越野能力。

如今,更多的车商将SUV车的硬轴悬挂换成了独立悬挂,使得SUV的越野性能有所下降。目前流行的车型有逍客、陆风、途胜、狮跑等,也包括小车吉姆尼、瑞麒X1等迷你SUV。这类车型应对一般的郊游还是没有问题的,但相比另一派纯越野车型,就少了些面对艰苦越野路况的强悍。

目前SUV市场仍将继续火热,SUV的车型也越来越多,准车主们在选择SUV车型的时候,可以从底盘悬挂来分一下车型,按需选择适合自己的SUV。如果是痴迷跋山涉水、热衷体验越野激情,那么一定要选硬派真越野车型;如只用来城市代步呢,偶尔自驾游,则可以选择偏向轿车的跨界SUV。

夏琳

### 车市评论

## 中国车市:务实还是务虚

当各大车企大举扩张产能的今天,有关中国汽车产业是否存在产能过剩的问题更加受人注目。

2010年车市年中成绩放榜,中国市场以累计超过900多万辆的销量遥遥领先,稳居全球销量第一。而对上半年全国汽车销量同比大幅上升,前四个环比稳定增长的趋势,我们不禁要问,如此众多的库存,经销商是怎么“变”出来的?

首先是今年鼓励汽车消费的环境全面弱化,如购置税减免缩小、用车的成本增加,包括停车费和油价上涨等都直接影响了人们的购车心理。其次,CPI的上涨也给消费者造成了一定的心理压力。但这些因素均属于外患,那么因为汽车厂商自己造成的内忧则显得更具“杀伤力”。基于去年车市的火爆,汽车厂商纷纷大幅调高今年的销售目标,因此扩大产能也顺其自然的成为其实现理想的第一步。虽然“以价格换市场”的策略并不是什么高招,但却令许多车企、经销商在这半年中乐此不疲。这种“甩卖”的行为不但没有挽回市场份额的增长,反而令部分产品掉入价格漩涡。经销商一方面不得不维护“市场前景依然乐观”的论调,避免消费市场的信心丧失;另一方面,也不得不面对车市再次出现“增量不增销”的尴尬。

在种种合力之下,汽车市场上最终还是出现了企业和经销商最不愿意看到的情况——消费者持币观望。“越是淡季,人们越会持币观望,希望出现更大幅度降价。降价和促销只能是商家陷入一个更无希望的恶性循环。”一家4S店负责人如是说。

纵观全局不难看出,虽然2010年的车市还是那个车市,但我们却听到了来自汽车企业和经销商的两种截然不同的声音。汽车企业扩大产能,实现跨越式增长原本无可厚非,但当承受“价格见底,市场遇冷,车厂继续增加库存”等一系列打击之后,经销商已明显感到“体力不支”,对车厂这样只顾着冲量的做法也不由怨声载道。而在公众看来今年的车市数据更像“被增长”,对车市增长的强烈渴望更多的是来自于汽车企业而非市场。

对于车市这种纠结的态势,有专家指出:解铃还须系铃人,消除库存危险尚需从源头抓起,就是厂家在下半年及时调整产销计划,控制产能,减少销售计划对经销商的压力,以销定产,这才是解决此问题的根本之路。如果此次车市滞涨的幕后“主凶”真的只是来源于汽车企业的“务虚”,那么车市居高不下的库存只是“虚火”,通过汽车企业“务实”的举措及车市自身的免调节就可以化解,不需太多担心,下半年的市场走势也必将在高位小幅调整中安然度过。

雷丽

### 行业前瞻

## 中国汽车产品将继续领涨全球车市

“中国作为2009年全球第一大汽车市场,将在2010年继续领涨全球车市。”中国社会科学院8月22日在北京发布的《产业蓝皮书:中国产业竞争力报告(2010)》中这样预测。

蓝皮书认为,“十一五”期间,中国汽车工业进入了一个市场规模和生产规模迅速扩大、进出口快速增长的时代。中国汽车产品出口额高速增长,从2006

年的144亿美元增长到2008年的286亿美元;国际市场占有率从2006年的1.64%提高到2008年的2.32%,国际市场占有率稳步提高。

“十一五”期间,中国汽车工业贸易竞争力指数维持稳健增长的趋势,2008年为-0.0067,已接近零值。从贸易竞争力指数的水平看,中国汽车工业已经在2004年超过了美国,伴随中国汽

车工业贸易竞争力指数的进一步提高,中国在“十二五”期间将成为汽车产品的净出口国。

最后,蓝皮书预测,2010年,伴随全球经济的进一步复苏,汽车市场的消费信贷环境将有较大改善,全球汽车销量将出现较大回升。中国作为2009年全球第一大汽车市场,将在2010年继续领涨全球车市。

王茜



### 车市观察

栏目记者 李莉

## 上海大众调整生产计划

要闻聚焦:据《京华时报》报道,由于销售低迷,9月1日起,上海大众斯柯达昊锐将暂时停产一个月。厂家发给各经销商的文件上显示,由于生产线检修,昊锐预计9月1日起停产一个月。而上海大众经销商则表示,停产原因实际上是由于昊锐销量低迷,厂家将昊锐的产能进行调整,转而生产其现有产能无法支撑市场需求的大热车型途观。至于厂家发布停产消息之后,昊锐终端销售价格是否会拔高,经销商称,对调高价格没有信心。

记者观察:昊锐低迷,途观大热,上海大众生产计划的调整无疑为“识时务”之举。一大部分车型库存持续增加,另一小部分车型却供不应求,这是目前车市冷热不均的一个最明显表现。从比亚迪主动降低年度产销目标,到上海大众调整产能“放弃”昊锐,转而加大途观市场供应,汽车企业产销计划调整暗流涌动。然而,坦诚销量低迷并调整产能这种“丢面子”的事毕竟不是谁都愿意做的,面对淡季销售不利、产销增长明显放缓的现状,大多数车企仍不愿放弃对年初所定销量目标的追逐。面对终端市场销售的放缓,是牺牲利润苦苦支撑还是务实回归主动减压,或许是眼下诸多车企最值得思考的关键问题。

## 三部委出招整顿“加价提车”

要闻聚焦:国家工商总局、交通运输部、质检总局三部委日前联合下文严惩汽车销售市场的违规行为,将制止汽车品牌经销商服务店违背购车者意愿搭售商品或附加其他不合理费用,严查为消费者办汽车按揭、保险时收取“返利”、“好处费”等商业贿赂行为及汽车销售、汽车配件生产经营中存在的生产、销售、使用假冒伪劣汽车配件的行为。其中,加价销售是目前消费者遇到的最普遍的一个行为,是热销车型的“通病”,也是目前最“光明正大”的一种违规行为。

记者观察:虽然目前绝大多数厂家对加价提车的公开态度是绝不鼓励或者明令禁止,但由于缺乏有力的监督机制,加上加价车型的市场需求大,使得经销商的加价风屡禁不止。换句话说,“热销车加价卖”已经成为业内公开的“潜规则”,是不少经销商来赚取暴利的一种手段,如果仅仅依靠经销商自身的商业道德自我约束或者本来就是“母子关系”的厂家去监督经销商,显然是不现实的。三部委联合下发文件对车市乱象进行整顿,虽然具体执行情况还有待观察,但对于消费者,尤其那些正打算买车的准车主来说,总算看到了一丝不被“宰割”的曙光。

河南旭龙别克家园  
别克 新君越2.0T创新登场  
君越、君威、凯越、英朗、GL8商务  
0371-66371111 66532008



### 车市世博

## 世博汽车馆举行“科学咖啡馆”

8月30日上午,在上汽集团-通用汽车馆举办了一场“科学咖啡馆”。本次“科学咖啡馆”意在从各个角度出发,深入探讨汽车馆对未来交通愿景的科学性。

活动开始前,专家与热心观众首先参观体验了汽车馆,领略了汽车馆所展现的20年后的城市交通美景。活动中,专家们从各自专业视角出发,提出了对未来汽车与未来交通发展趋势的看法,并深入剖析了汽车馆所展现的2030年城市交通的可实现性。

围绕活动主题与专家发言,热心观众纷纷踊跃提问,与专家交流自己对于未来汽车及城市交通的看法。现场互动频繁,气氛热烈。热心观众李方舟感慨地说:“以前只敢想一想的事情竟然真的有可能在20年后实现,科学的力量太强大了,我真希望能亲眼看到那一天的到来。”

汽车馆馆长金麒在活动中表示:“汽车馆以‘直达2030’为主题,为观众展现了20年后‘零油耗、零排放、零交通堵塞,零交通事故、驾驶有趣而又时尚’的城市交通生活。这并不是异想天开,而是一种对未来生活的预演。”金馆长还介绍,早在世博会筹备初期,汽车馆便已邀请了中、美、德、日等国的27名来自汽车、城市研究与规划、环境与能源、人类与社会学领域的专家,对未来交通和汽车的发展趋势进行讨论。根据讨论结果,上汽集团和通用汽车共同设定了“可持续性发展的动力移动系统”的目标,并认为20年后的2030年就可实现人类快乐出行、轻松出行的梦想。“这样的梦想离我们并不遥远。”金麒说。

可持续性发展的动力移动系统也就是未来城市的智能交通系统。汽车馆方面认为,2030年的车将不再是独立的个体,而是庞大智能交通系统中的一员。人们将因此享受到来自生活中各方面的改善。而“电力化”、“车联网”、“自动驾驶”则作为实现2030城市交通的三大技术平台,受到关注。

汽车馆副馆长刘奇在致结束语时表示:“我们希望通过本次‘科学咖啡馆’,让更多人了解‘直达2030’的城市交通之梦绝非空中楼阁,也希望引起相关领域对未来交通的共同关注,与整个汽车行业携手,共创美好明天。”

新新