



尽管汽车销量增速整体放缓,但拉动汽车消费的相关政策效应仍然明显。商务部9日公布的数据显示,1-9月,全国共办理汽车以旧换新补贴车辆25万辆,发放补贴资金35亿元,拉动新车消费286亿元,月均受理补贴车辆数为2009年月均补贴车辆数量的7倍。

从单月情况来看,9月办理汽车以旧换新补贴车辆3.6万辆,比8月增长50%,发放补贴资金5.1亿元。按车型划分,1至9月汽车以旧换新补贴轿车11万辆,占补贴车辆总数的44%,补贴大中型载客车、轻微型载货车分别占补贴总数的30%和17%。

政策效应在部分地区更是明显体现。统计显示,汽车以旧换新补贴车辆数量居前十位的是江苏、浙江、山东、河北、安徽、四川、河南、江西、辽宁、广东,

合计占补贴总量的73%。其中,江苏办理补贴车辆数量超4万辆。

受益于汽车产销量的增长,前8个月,与汽车产业相关的税收增势强劲。国家税务总局的最新统计显示,汽车消费税同比增长64.3%,交通运输设备制造业增值税同比增长25.7%,车辆购置税同比增长56.6%,车船税同比增长26%。

张社霞

节能补贴车型走俏

黄金周车市成色足

本报记者 李莉

在“十一”黄金周的中原车市销售争夺战中,形式多样的促销优惠,加上多款节能补贴车型共同发力,让绿城市民购车热情倍增,撑起了红红火火的“十一”车市。



资料图片

优惠多样 节日车市成色足

东风日产启动“零距离购车季”,新车主尽享购车、置换等优惠,老车主享安心检测、精品大奖、成功推荐等礼遇,同时,推出逍客“智游版”和“酷游版”两款特别版车型,给予消费者性价比更高的选择;吉利汽车除对旗下热销车型给出了万元现金优惠外,还推出“零利率、零手续费”的购车金融服务;东风悦达起亚感恩国庆,购车送多重豪礼……

“十一”期间,中原车市价格战硝烟弥漫,经销商们“各显神通”,在长假中推出了力度较大的优惠促销活动,不少中高级车型更是给出高达2万~3万元的现金优惠,还有一些经销商除在车价上大做文章外,还推出赠

送导航、太阳膜、旅行装备等大礼及抽奖活动吸引消费者,形式多样的优惠让消费者购车热情高涨。

10月5日,在广州本田智通店,看车者或呼朋引伴或举家出动好不热闹。记者注意到,不到半个小时的时间内,该店展厅内就有五批看车、选车的市民,其中不乏从郑州周边地市赶来的外地消费者,由于看车者太多,值班的销售人员有些应接不暇。

从我市各4S店反馈的信息来看,长假期间,看车客流量是平时的三倍之多,不少4S店销量普遍三成左右。采访中,不少车商认为,由于天气变凉,9月、10月结婚潮等因素,市场存在较大的刚性需求,家庭消费为主力的私人市场的购车需求正在快速释放。加上目前大多数车型货源充足,优惠幅度较大,也促成了这个黄金周

车市成交量的快速增长。

补贴“加码” 节能车型热销

截止到“十一”前,已经有三批、共计200余款节能车型可享受国家3000元补贴。记者了解到,黄金周期间,小排量车节能补贴3000元的政策是各家车商主打的营销牌,加上厂商自身推出的节日优惠政策,让节能补贴车型成为抢手的“香饽饽”。

“按照我原来的预算,我的钱只能买一台1.5L的手动挡两厢车,但享受了3000元节能补贴以后,我就可以再换一台储物空间更大的三厢车了。”节日期间,在中原路奇瑞汽车4S店,前来选车的市民王先生这样告诉记者。

一汽-大众、东风日产、奇瑞汽车、吉利汽车、江淮汽车等多个品牌4S店反馈的消息显示,第三批节能补贴车型名单在“十一”前适时公布,使得节能补贴车型成为节日期间绿城市民咨询、购买的热点,是节日车市表现最为抢眼的销量增长点之一。

“节前新车扎堆上市,节能补贴政策持续跟进,让不少意向消费者在黄金周期间‘该出手时就出手’,很好地刺激了10万元左右的家用车消费。”别克汽车河南旭龙4S店市场部经理王冬艳表示,受到节能车补贴政策影响,不少未能进入名单的车型经销商加入降价行列,车市形成小排量车型的促销热潮,“还有一部分购车者早就选好了车型,经过一段时间的比较,选择在国庆节出手,从而使得黄金周期间销量激增。”



车市前瞻

自主品牌 四季度或打价格战

大多数自主品牌经销商坦言,“十一”黄金周持续热销消化了部分库存,但是,并没有达到今年车市最好的销量水平。消化黄金周后的库存压力,依然是第四季度的重中之重。

“十一”黄金周期间是消费者购车的一个小高潮,然而,众多车商也表示,黄金周期间的车市呈现了“前高后低”的特点。对此,有车商分析,要买车的都赶在前几天买了,后几天就是驾车出去游玩了。这也比较符合人们的消费心理。

最值得车商期待的9月份一过,第四季度的战役就正式打响。“消化库存依然是重中之重,”一位厂家人士表示:“今年年初目标定得高,上半年完成情况不理想,60%以上的任务都被压到了下半年。对于整个市场来说,距离实现目标还是有不小的差距,剩下的库存必须在接下来不到3个月的时间内消化掉,压力确实很大。”

据了解,为了缓解销售压力,从7月份开始,不少自主品牌车企开始采取收缩策略,主动调低销售目标。然而,即便如此,面对国内合资品牌与国内同类品牌的两面夹击,自主品牌下半年的销售压力依然很大。

“10月份肯定也是比较艰难了,不过从10月下旬开始应该会有新的起色。”一位销售人员表示,“9月份释放了不少销量,提前透支了10月份的部分需求。”不过,他也认为,“从历年的情况来看,10月份环比9月份都有所下滑,属于正常的市场波动。但是,从10月下旬开始,新的市场机遇和需求将带来新一轮的汽车消费。”

据了解,2009年年底,国家相关部门出台了减征1.6升及以下小排量乘用车车辆购置税的政策,该政策将延长至2010年底,按7.5%征收。“也就是说,该政策将在2010年12月31日结束,这必然带动年底的汽车消费新热潮。”不少经销商相信,这对消费者来说,不仅有汽车消费的导向作用,也可以提供实实在在的优惠,所以四季度的车市依然值得期待。

不过,也有部分接受记者采访的车商表示,今年底或许不会出现去年底那种“车价上涨还要闹车荒”的情况,取而代之的是更大幅度的车价优惠。

今年车市与往年不同,尤其是对于库存压力较大的自主品牌来说,今年又遭遇了合资品牌众多低端新车的围剿,自主品牌的压力越来越大,必须寻找更低的价格空间。同时,第四季度也是今年收官的关键,虽然有宏观政策等的支持,但是对于刺激车市消费来说,都没有降低汽车价格来得直接。尤其是接近年末的时候,车商更是有完不成任务对返利的影响,所以经销商终端优惠幅度加大的可能性很大。

张欣男



车市观察

我国汽车产业 要坚持可持续发展

中国车市的高速增长,让国内汽车行业欢欣鼓舞,却也引起了不少担忧。这种担忧不仅缘于汽车保有量的高速增长给城市带来的交通拥堵、空气污染等经济和社会问题,而且也来自这种高速增长对中国的汽车产业到底带来了多少益处,是否属于可持续发展的疑虑。

专家认为,中国车市在减税等刺激政策的拉动下逆市上扬,在扩大内需等方面做出很大贡献。但是,从长远看,汽车产业必须维持理性的可持续增长。

汽车的高速增长让中国快步进入了汽车社会,而这种高速增长也带来了经济和社会问题,其中能源短缺、交通拥堵和环境污染已成为汽车产业可持续发展的三大制约因素。

机动车增长带来的交通压力成为困扰都市生活的一大难题。环境保护部数据显示,汽车排放已经成为一些城市大气污染物排放的主要来源,占45%以上,而且这一现象正在变得越来越严重。

如今,几乎所有的跨国汽车企业都将中国当作最重要的市场。但在繁荣的“数量”之下,中国汽车产业的“质量”软肋并没有消除,产业结构调整任务依然艰巨。

目前无论是传统汽车还是新能源汽车核心技术方面,跟国际先进水平相比仍然有不大差距。在这种情况下,国内汽车企业的高速扩张,加剧了产能过剩的风险,不仅会阻碍了汽车产业持续健康发展,对宏观经济发展也会造成很大影响,因此必须采取措施坚决抑制。

专家认为,有关部门应当尽快以科学发展观为指导,从能源、土地、环境等方面的大局着眼,统筹兼顾,对汽车产业未来10年的发展空间和速度进行科学预测与定位。否则,不“限速”的汽车产业将给自身发展带来越来越多的负面效应。

南辰

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



车市评论

进口车也推价格牌

2010年北京进口汽车博览会在国庆长假如火如荼地举行,因为是进口车展,参展的车型几乎都是一些高端品牌,但市民对此的热情一点都不亚于两年一度的北京国际车展。

北京进口汽车博览会今年才是第二届,与去年首届相比,规模有所扩张,参加的豪华品牌也在增加,今年的“进口车博会”在上一届基础上规模增加到22000平方米,所有参展进口汽车均为商品汽车,参展企业有:阿斯顿马丁、凯迪拉克、起亚、英菲尼迪、讴歌、现代、奥迪、大众、奔驰、雷克萨斯等。显然,各大品牌都在加紧对中国进口豪华车市场的抢夺。

近年来,中国进口车市场持续增长,据统计,截至7月份,中国进口车上牌量达到34.8万辆,实现了同期85.3%的高速增长。这也不得不让生产商开始重视中国这块极具潜力的豪车市场。

推出一款豪华车型不难,但打造一个豪车品牌就难。由于品牌内涵造成的价位区间,豪华品牌在中国的竞争目前尚处在初级阶段,基本上是对标厮杀的形式,各有明确的竞争对手。豪车品牌的车自然都价格不菲,同样有着大功率发动机、先进的电子设备、豪华的内饰,但品牌地位则像一只无形之手,制约着厂商对车型的定价。

当然,各大豪华品牌对中国进口豪车市场的重视,不仅仅体现在对最先进技术车型的展示上,还体现在对市场的实质性争夺上。当奔驰、宝马、奥迪等品牌纷纷把价格底线拉到20万区间时,豪车市场的价格战已经不可避免,在本届的进口车展上,一向高高在上、讲究品牌价值的豪华车型纷纷制出了促销的招数,甚至开始使用一些在经济型轿车上常用的营销策略。

尽管进口车展上,会有半数的人是处于观望,半观望或者是看热闹的心理,但相信仍然会有不少的潜在客户,所以,在车展上的促销政策所达到的效果往往是最明显的。可能会有人说,进口豪车的消费群体可能对小幅度的促销不是太敏感,但奔驰、宝马、奥迪的价格持续走低的情况已经说明了,进口豪车市场也有价格战,也需要价格战。

楼兰

SUV 领衔

十月新车亮点多

本报记者 李莉

进入“银十”,第四季度销售旺季开启,尽管正常工作日比平常少了一周,但十月车市依然不乏重量级新车,东风悦达起亚智跑、大众新途锐等SUV领衔,广汽歌诗图、帝豪EC8等全新车型将是十月份新市场的亮点。

起亚智跑:都市SUV新选择

预计价格:17万~25万元

智跑将在10月20日登陆中国,与狮跑相比,智跑的市场定位将更高一些,除了配置方面升级不少之外,它的外观设计与狮跑也有很大的不同。这款车型由国际著名设计师彼得·希瑞尔操刀设计,融合了“DesignKIA”的全新设计理念,其整体车身设计更为硬朗,定位更符合城市白领青年追求时尚的个性,充分彰

显了SUV的都市魅力。

在动力上,智跑将使用与现代ix35完全相同的2.0L及2.4L两款发动机,2.4车型还会配备四驱车型,与之搭配的是6速手自一体变速箱。配置上,新车智跑将会有冷藏式手套箱、电动通风式座椅、ECM后方影像系统等舒适性配置,以及主动安全头枕、车身稳定控制系统、上下坡辅助系统、6安全气囊等安全配备。

本田歌诗图:全新概念跨界豪华

预计价格:35万~40万元

这款定位于“轿跑型豪华跨界车”的本田新车型,以“Advanced Grand Tourer”为设计理念,将轿跑车的外观和操控、豪华轿车的空间和舒适性以及SUV的高通过性完美融合,创造出独有的全新车型概念。据悉,歌诗图最大的特点还是对眼球的吸引,流线型的车顶与掀背式设计勾勒

出轿跑车的轮廓,较高的离地间隙则体现出它跨界车的本质,动力上,歌诗图会搭载本田最新的3.5VCM-V6发动机。

作为广汽本田今年导入的旗舰车型,歌诗图将承担开拓雅阁之上的细分市场重任。其能否做好一个全新细分市场的“开荒者”,实现“小市场,大份额”的目标,还有待市场检验。

帝豪EC8:欧洲标准优势明显

预计价格:12万~16万元

帝豪EC8是帝豪品牌的第二款战略车型,肩负着强化帝豪高端品牌形象的重任。EC8完全采用欧洲标准打造,遵循国际C级车标准,是一款偏商务的中高级车。其长宽高分别为4905mm、1830mm、1495mm,轴距则达到了2805mm,这样的空间让帝豪这款以欧洲空客标准打造的B+

级车在与国内同级车型竞争时优势明显。

据悉,EC8系所有的功效要求都以国际安全测试标准为依据:行车制动稳定系统、博世8.1版本的制动防抱死系统、EBD电子制动力分配系统将是标准配置,而吉利拥有自主知识产权的BMBS(爆胎监测与安全控制系统)也将应用在这款车上。

大众新途锐:全能豪华越野生活

预计价格:75万~135万元

作为大众集团今年的重点车型,新途锐将在10月底正式进入国内销售,除了配置,内饰会略有改动外,进口车型的外观动力都将与海外车型保持一致。

新途锐比前款车型的尺寸有所增大,其中车身长度和轴距分别增长了40mm,宽度与老款途锐没有变化,而高度降低了20mm,使得新途锐看

上去更具有稳定感。新途锐外观采用了大众全新的家族式前脸,并引入了全新的LED日间行车灯,车身线条经过重新设计,丰富而有立体感的线条具有很强的雕塑感。新途锐将提供FSI汽油发动机、TDI柴油发动机和Hybrid混合动力三种动力模式,据悉,先期引入国内的新途锐将搭载3.0TSI V6引擎,可输出333马力的最大功率和440牛·米的最大扭矩。

