



2011年上半年,车市下行,而江淮星锐等新兴欧系轻客的市场前景被看好。数据显示,上半年虽然整体车市不济,但欧系轻客市场仍在以20%的增幅迅速扩张。“受益于城市化进程的加速和城市物流规模的不断扩大,市场对安全、美观、环保、多功能的欧系轻客的需求,还将进一步释放。”江淮星锐经销商、河南中星江淮汽车销售服务有限公司负责人杨金融介绍说。

“上半年欧系轻客逆势飘红,江淮新锐的鲶鱼效应也功不可没。”杨金融说。据介绍,意图成为欧系多功能商用车新标杆的江淮星锐,一进入市场,便依靠江淮综合性汽车集团的整体优势,从产品、价格、服务等多方面明显超越了市场旧有水平。而且它以“高配平价”的策略杀入市场后,原本坚挺多年的欧系轻客价格便快速出现了松动。杨金融对后市表现更加乐观,上半年江淮星锐全国即开业一级经销商36家,江淮星锐在国内旅游、医疗、警务、电力、物流等行业市场以及企业通勤、婚纱摄影、休旅房车等零售市场都取得不错反响。而在海外市场上,更先后获得了乌克兰、巴西、沙特、阿富汗等地的持续订单,仅8月份单月就将正式交付超过60辆出口车。杨金融表示:“预计8月底将推出一款全新的快运版车型,我们将进入轻客市场潜力最大的细分市场——客货两用市场,市场前景值得期待。”

雪 兆

领航高端 精准服务 电话 67655262 E-mail:zzrbzycs@126.com



七月车市 持续低增长

据中国汽车工业协会统计分析,今年7月,是汽车市场传统淡季,汽车产销环比呈下降态势,同比小幅增长,其中商用车产销环比降幅明显大于乘用车。

国家宏观调控及汽车政策的退出仍然是影响汽车产销增长的主要因素。7月是汽车产销传统淡季,多数企业进行设备检修和高温放假,影响产销总量。目前的汽车产销运行态势符合预期。

虽然今年车市陷入了空前的冷清,7月又是往年车市淡季的开始,但从近期的市场情况和日前各大车企公布的销售统计数字来看,今年的7月并没有想象中的惨淡。相反,相对于6月份部分车企出现负增长的销售表现,7月甚至有了些许回暖迹象。

与国内车市持续低增长相似,7月,郑州汽车市场表现比较平稳。“我们每个月的销量比较稳定,增长平均,没有大的波动。这主要得益于三方面的原因,一是5月底新旗的上市对市场起到很强的刺激作用;二是厂家给予经销商功不可没的政策支持;三是每个4S店的努力。”东风日产中原专营店市场部经理刘川分析说。同样,在自主品牌比亚迪汽车河南华达4S服务店,记者也听到了可喜的消息,客户经理刘彪告诉记者:“由于比亚迪S6的上市拉动了消费市场,其在性价比、外观设计方面的优势吸引客户的进一步了解、试乘试驾;再加上七八月份是‘金九银十’的前奏,关注车市的消费者也有一定的增加。因此,7月份来电来访数量、销售数量都有一定的增加。”

此外,进口品牌欧宝七月份的市场表现也比较强劲,河南中欧汽车销售服务有限公司市场部经理李宇说:“7月,我们进店客户量、销售数量还是令人满意的,淡季不淡。尤其是SUV车型欧宝安德拉市场表现最为强劲,订单已经排到10月份了。”

冉红政



海马骑士万里走黄河活动 车队即将抵达郑州

本报讯 记者近日从河南天时海马销售店得知,8月9日,海马骑士万里走黄河活动正式启动发车,8月12日已抵达兰州,目前,车队即将到达第三站——郑州。9月1日,河南天时店将在百盛广场举行该活动的发布会。

海马骑士助力黄河考察活动,是海马汽车作为民族自主品牌,为传承中华文化,弘扬中华民族精神的又一次努力;同时,也是海马骑士文化营销路径的一次延续。从“丝绸之路骑士之旅”到“发现中国之美”全国巡展,再到“万里走黄河”,海马骑士作为自主品牌中高端SUV标杆车型的形象日益巩固。

启动黄河之行,海马骑士再次走上了探寻中华传统文化的旅程。行走在中国文化的发源之地,海马骑士将迎来其文化营销路径上的又一次高潮。(魏瑞娟)

广汽三菱 首家特许经销商即将开业

本报讯 广汽三菱品牌全国首家特许经销商——河南天地纵横汽车销售服务有限公司将于8月21日晚举行开业酒会。这意味着广汽集团与日本三菱的合作最终尘埃落定。

该公司目前主营广汽旗下的三菱帕杰罗车型。在众多大中型SUV中,三菱帕杰罗是一款世界闻名的经典车型,它将越野“硬汉”形象演绎到了极致,是爱好极限越野、自驾游或户外运动的消费者的最佳选择。

据了解,广汽三菱河南天地纵横汽车销售服务有限公司目前正在开业巨献三重礼活动,凡进店客户即送万元购车基金外加精美礼品一份,购车客户还可再享价值8000元装饰大礼包,推荐朋友去店成功购车,可获得千元油卡一张外加三次免费保养。另外,在8月21日晚举行的开业酒会现场,除了可以品尝美食美酒外,还能欣赏精彩表演和幸运抽奖。(张阳)

张阳

购车加价费用或将征税

A 加价费或计入发票

根据《车辆购置税征收管理办法》修订稿,今后加价费、装饰美容费以及增配费,如加装GPS、倒车雷达等也拟统一计入车辆购置税征收范围,剔除保险费、上牌费、政府性基金和行政事业性收费三项。

修订稿原则规定,应推行机动车销售统一发票开票管理。修订稿增加并完善相关规定,统一价外费用政策,增加增配费、装饰美容费、加价费三项,剔除保险费、上牌费、政府性基金和行政事业性收费三

项。税务部门表示,要求把车辆价款和价外费用全部开具在同一张机动车销售发票上,主要是便于控管,实现以票控税的目的,也解决目前开票存在的混乱状况。修订稿还明确,凡未按规定开票的,主管税务机关应依发票管理办法对经销商进行处罚。

修订稿强调,由于对加价售车是否违法目前仍有争议,因此对加价征税并不意味着对加价售车是否违法予以肯定或否定。

B 新政意在反避税

国税总局称,汽车增配费、装饰美容费、加价费是最常见的购车价外费用。价外费用避税风险较大,属于反避税范畴,而代收代交保险费等等容易确认,避税风险较低。

据了解,目前车市上的加价费

为,少则数千上万元,多则数十万元,如果修订案真的落实,按照车辆购置税税率统一为10%计算,加价10万元的车型,消费者需多交1万元税费,另外,车商还要交纳增值税14530元,两者税费总共24530元。

C 价外费征税影响不大

对于车市的影响,业内人士认为,征收加价税不会影响到车市的销售。“本来加价售车涉及面就很小,只存在于部分豪华进口车和少数紧俏国产车型。加价征税对汽车销售基本不会造成影响。”

“选择买加价车的消费者,一般都资金充裕,对价格涨跌不敏感,能够加10万元买,就不会在意再多交1万元的税。加价提车是消费者自愿的,不可能因为征税就消失。”某4S店负责人认为,加价税对于加价购

车的消费者来说是在可承受范围之内,对车市加价现象本身不会有抑制作用。至于对新车的装饰美容和增加配置的费用征税,他表示,消费者购车后很少有装饰的,而且一般会选择在4S店做,目前征税细则还未出台,经销商具体怎样操作应该也会有相应规定。“如果真要实行,对消费者来说购车成本肯定会加大,初期我们不排除先帮消费者缴纳或者给予更多优惠,对销售应该不会有影响。”



资料图片

D 具体执行取决于消费者

记者采访了多家经销商,他们基本上都认为加价费征税的执行难度较大。某4S店销售经理告诉记者,目前车市上的加价,有些是另外开具发票,更多的是根本不开发票。如果这个意见稿落实,车商从销售业绩考虑,恐怕也会想办法帮助消费者规避这一纳税。

“加价费是否并入购车价并写入发票,主要是看顾客的需要,装饰或者加装一些配置,可以在上牌之后再做,能够省下一笔税费,顾客一般都愿意。”某4S店销售经理对记者说。从这些反映可以看出,即便国税局对汽车加价费征税,也有很多办法可以规避。

某经销商市场经理认为:“对加价费征税产生的费用肯定会由消费者自己承担,因此即便规定经销商要把车辆价款和价外费用全部开具在同一张机动车销售发票上,这个规定本身对消费者没有好处,实际操作起来也会很难。”

该市场经理也告诉记者,如果这个规定落实,出于销售业绩等方面考虑,不少销售人员也会想办法帮助消费者减少购车成本。而对于常规车型在新车装饰美容和增加配置的费用征税,一家自主品牌市场经理则表示:“只要消费者愿意,可通过加装装饰或配置等手段来解决。”

新霞



尚酷R 高尔夫R 河南上市

8月13日晚,以“R限制级,你够资格迎接挑战吗?”为主题的大众汽车高尔夫R和尚酷R上市派对在郑州360广场举行。

本次上市包括高尔夫R和尚酷R两种车型。高尔夫R面向具有个性的消费者,引领全新的个性生活方式,0-100km/h加速仅需5.7秒的傲人佳绩和全新4MOTION四轮驱动系统,将日常代步与极致驾驶乐趣集于一身。尚酷R采用了大众R系部门特殊调校的2.0TSI发动机,经过调校后可以输出256马力(188kW)的最大功率,峰值扭矩达到了330N·m/2400-5200rpm,这也是大众汽车R有限公司有史以来生产的动力最强劲的车型。

在中国汽车市场个性化与运动化不断发展成熟的今天,消费者对于个性化与高性能车型的需求日益明显。代表着高性能、极致驾驶乐趣和个性化的大众汽车R车型,以媲美超级跑车的强大性能、常规车型的低油耗以及相比同类车型更具亲和力的性价比,改写了国内高性能车市场的准入门槛,不仅可以满足消费者日常出行与追求驾驶乐趣的多样化个性需求,更可以帮助消费者实现自己的终极跑车梦想,释放自己的“赛车激情”。即日起,到河南国际汽车贸易公司可参加试乘试驾活动。岳鹏



宝骏630全国巡回上市活动登陆郑州



8月11日,上汽通用五菱首款中级轿车——宝骏630在郑州正式上市,首批上市车型搭载1.5L发动机,共计3款车型,其中1.5L手动标准型售价为6.28万元,手动舒适型售价为6.68万元,手动精英型售价为7.38万元。

郑州是继8月9日成都上市后第二站发布的城市,后续宝骏630还将在南宁、长沙、石家庄、南京、哈尔滨,共计8座城市展开巡回上市之旅。

据了解,宝骏630在8月9日成都上市当天即迎来了大量消费者的咨询和体验需求,上汽通用五菱乘用车市场与网络总监温宏表示,宝骏品牌旗下首款产品宝骏630将主攻二、三线城市,辐射一、四线城市。宝骏品牌定位为“可靠的伙伴”,目标消费者瞄准中国新一代具有积极进取精神的主流人群。全时动感外观、全球品质标准、全民安全设计、全能动力操控、全面适用空间、全程经济环保是宝骏630的“六大亮点”。

基于通用成熟技术全新设计的宝骏630虽然在设计上遵循从中国消费者出发的“亲民”思路,但在品质保证上则严格以国际标准为导向,宝骏630作为“国际品质亲民车”首款产品,不仅

拥有国际设计品质、全球采购品质、通用制造体系、通用全球实验四大保障,并且从产品开发设计到零部件选购,包括整车生产验证,都严格遵循通用汽车的全球标准体系,切实打造消费者值得信赖的“可靠的伙伴”。

在渠道服务建设上,借鉴上汽通用五菱商用车在中国堪称首屈一指的网络建设经验和体系号召力,宝骏630迅速集结百名经销商加盟,预计今年年底,4S店总数将达到150家左右。据上汽通用五菱销售公司总经理杨杰介绍,宝骏将打造具有国际化服务标准,让用户感到亲切的渠道体系,围绕提升客户终端体验,打造可靠专业的产品销售服务流程,最终实现“可靠的伙伴”这一品牌承诺。经销商将按照“6秒钟之内接待,3分钟之内零距离了解客户需求”的服务流程向客户提供专业服务。

另外,在宝骏630上市前夕,上汽通用五菱还在郑州为热心车主开展了“宝骏630伙伴之旅”活动,通过多种趣味驾车游戏使消费者充分体验宝骏630,感受“人车合一、可靠的伙伴”的独特魅力,使消费者切身感受宝骏品牌“可靠的伙伴”的定义。魏瑞娟

河南通广同期开业

8月9日,上汽通用五菱旗下首款中级轿车宝骏630在成都正式上市,揭开其全国巡回上市大幕。8月13日,河南通广汽车贸易有限公司宝骏4S店也同期火热开业。开业典礼上,总经理王俊平表示,公司对宝骏630的市场前景充满信心,相信这款“国际品质亲民车”一定能成为郑州消费者的可靠伙伴。

虽说8月13日的郑州天气依然保持夏日的高温,但河南通广宝骏汽车4S店内凉爽无比,改建后的店面形象有了很大的改变:在延续上汽通用五菱一贯的沉稳大气之余,还将通用与上汽两家股东方在店面建设上的品质追求融汇其中,并在细节上突显其特有的亲和力。室内亮白色与新绿的色调搭配给人以愉悦舒适的视觉感受,营造出国际化的店面风格和充满生机的氛围,揭幕后闪亮登场的两台大气动感的宝骏630,更是让企盼已久的在场车迷朋友眼前一亮。

据悉,本次上市车型将主攻中国市场份额最大的中级车市场。作为一款基于通用成熟技术全新开发的动感品质中级车,宝骏630以“集成资源,联合开发”的研发模式,在通用汽车成熟技术基础上,结合中国消费者动态需求全新开发而成。

张阳