

# 高档车车市不减 小排量车很给力

烟台的车市有很多方面可圈可点,如果说去年的车市处于高位徘徊,那么今年的车市可谓回归理性了,如果做一个曲线图,则高低有别,在细分市场上各有不同。

中国汽车工业协会得到的数据显示,上半年国内汽车销量901.6万辆,同比增长47.7%,但是在高端豪华车细分市场,上述两个指标分别是31万辆和92%,而在去年1.6L及其以下的排量小型车市场,却出现了市场占有率的下滑,同比下降1.81%。风生水起的豪华车与风光不再的普通小型车在今年最后一个季度如何表现,无疑成为今年车市的又一值得破解的“悬疑”。

## 高档车一路飘红

奥迪、宝马、奔驰、雷克萨斯等豪华车厂商在灵活的市场策略扶持中,获得了更多的销量以及更高的利润。虽然有市场人士质疑,高档豪华车今年上半年的攀高走势很大程度上缘于产品价格前所未有大幅下滑,分流了一部分中高级车的潜在购买力所致。但豪华车厂商似乎并不认为降价会对自身品牌带来足够大的杀伤力,尤其是在需求远大

于供给的中国市场面前。

根据统计,上半年国内高档车市场共计销售汽车31万辆,同比增速高于整体车市将近2倍,达到92%。这与去年细分市场的表现有着天壤之别,2009年,高档车市场销售了39.2万辆汽车,同比增幅仅为38%,几乎仅为整体车市增速的一半。

一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理张晓军在认

为,一方面豪华车市场有客观规律,另外是国家政策刺激的结果,比如说购置税的补贴,如果这个补贴取消或者减弱了,汽车市场整体增速就会慢。对于今年第四季度豪华车市场的走势,大多数豪华车企业高管认为,还存在很多不确定因素。张晓军认为,房地产市场的政策以及股市的变化都会影响高档车的市场发展和增长速

度,“但预期下半年总量不低于上半年。”

梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司执行副总裁郝博认为,对于高端车、豪华车这样一个细分市场来说,还会继续增长,因为在全球范围内,中国车市的增长远远高于其他市场,如果整体车市接下来继续增长,必将带动豪华车更快的增长。豪华车厂商的判断大多

来自于高档豪华车在中国基数很小的事实。据悉,目前中国高档车市场在整体市场中所占的量大不到6%,而发达国家一般在10%,德国是20%~30%。

因此,张晓军判断,在未来几年,中国的高档车市场由于有庞大的普通乘用车市场作为未来的客户群,发展潜力是很大的,增速也将是很大的。

## 小排量翘尾上扬

去年走低的高档车今年一路飘红,而由政策原因畅销的1.6L及其以下排量的小型车却遭遇寒流。但观察市场,小型车有望在年底新旧政策交替出台的时候翘尾上扬。

中国汽车工业协会助理

秘书长朱一平分析,今年以来购置税优惠力度的减弱在一定程度上影响了小型车的增长。从上半年的数据来看,1.6L及以下的乘用车占乘用车总量比重为68.82%,同比下降了1.81%,市场份额比

2009年全年下降了0.83%。政策原因是小排量车型今年出现回落的重要因素,但也正是受此影响,小排量车市场有望在今年年底前出现反弹。汽车营销专家苏晖预测,随着购置税减征、汽车下乡

等利好政策年底到期,年终岁尾有望出现一轮购买小排量车型的高峰。

事实上,虽然从今年3月份起,小排量车型市场占有率便出现一路下滑,但从8月份开始,排量在1.6L及以下的

乘用车销量开始发力,特别是中国的“节日”销售,一定程度上会激发小车的销售井喷。很多的小排量汽车经销商都蓄势待发,年底冲量是一方面,更重要的是保持自己品牌在市场上的占有率。

# 汽车“微负时代”到来

文/滚滚车轮

往往事物的存在总有其两面性,车船税改革草案就是汽车未来发展的“盾”。在扩大内需,提高汽车产销目标的同时,全国人大常委会又公布了新的车船税法草案,草案计划对载客少于9人的乘用车采取新税负,由现行的“一刀切”征收改为按发动机排气量大小进行分档,排气量在1.6升及以下的小排量车,税额幅度降低或保持不变;1.6升以上至2.5升的中等排量车,税额幅度适当调高;排气量为2.5升以上的较大和较大排量车,税额幅度有较大提高。

而目前汽车的保有量中,1.6L以下排量的车型占近6成,而1.6L以上排量的车型占4成,这一部分车主的税负将明显增加,而今后新购车的消费者也需要开始承担较高的车船税。

对于车企来说,既要扩大产销量,又要减轻市场消费负担,就要

在车型和环保上下功夫,不仅仅是将卖车作为第一要务,更应该为城市、为社区起到一个社会公民的责任。这是今后车企发展的方向所在。很多企业都会说,并且说的很好,说得多,做得少。这样浮躁的心态,并不是一个大的品牌、最起码不是一个能引起民众好感的品牌。

首先,从产品研发上,实实在在在能达到低油耗和高输出,真正为环保尽一己之责,倡导环保理念,树立更强的责任感,提升售后服务水平,以此来促进汽车的销售,又达到环保低耗的标准。以东风日产为例,它的黄金排量车型,骐达、颐达、骊威以及8月推出的全新玛驰,之所以为消费者所青睐,原因不言自明。东风日产1-9月的销量达到45.93万台,同比增长22.7%,已经为拉动内需做出了积极的贡献,

1.6L排量及以下车型的销量超过了26.8万台,占总销量的58.4%,并且仍在持续增长,按照这样的态势,东风日产的车型产品是符合当前政策导向的,也是有利于减轻目前和潜在的汽车消费者负担的,而我们也相信,诸如这样的汽车企业在国内也不是少数。

这样一来,弱化企业的大排量车型以及提高社会责任感和环保意识就成为了今后的发展方向,这是良性和积极的。因此对于拉动内需vs车船税的矛盾,我们是可以通过着手化解的,既然国家要控制大排量车型,那车企就应该向研发生产中小排量车型的产品去转变,提倡发展新能源,崇尚环保低碳主义,将中小排量汽车的市场做大做细,进一步挖掘消费潜力,既扩大了内需,又减轻了负担。“小车、低排、微负时代”,何乐而不为?



## 电动汽车技术 中国后来居上

文/韦学峰

第25届世界电动车大会暨展览会如今已经闭幕,在这个号称当今世界电动车、新能源汽车领域最具规模、最具影响力的国际会议和大型展览会上,奔驰、奥迪等品牌并没有参展,也许是没有新的产品。

而与会的厂家当中,涉及纯电动的仍然是少数,无论是国外品牌还是国内品牌,大多车型都是在传统车型的基础上植入不足10KWH的电池形成混合动力,让人感到新能源的诚意不足。

纯电动公交车显然是这次大会离现实应用最近的电车型。公交大巴运行路线单一,行驶里程有限,刚好弥补了了电动汽车目前的缺陷。再加上公交车都是集团公司运作,可以采用卸下电池留在基站充电,然后换上公司站台内充好的电池,完全不影响车辆行驶,也不存在电池归属上纠纷争议。

相对上一届电动车大会,本次电动车展有一很大的亮点,那就是参展的中国车企,数量上增加了许多,参展的电动汽车车型也更为多样。这种不甘人后,百花争艳的势头,让人对中国车企今后抢滩电动车市场,迎接低碳环保的真正时代带来很大信心。

然而也有一些业内人士指出,本届车展并未能够看到任何电动车的突破性技术展出,各方车企展出的车型去都只是在节约汽车能耗,以维持车载能量从而提高汽车行程,而关于电池能量密度质的飞跃以及电动车充电的问题并未得

到根本性解决,电动车的真正应用仍遥遥无期。甚至一些人士仍在质疑中国车企的电动技术,坚信国外大品牌车企历史悠久,在电动领域涉足要早中国几十个年头,有着丰厚研发数据,为此技术上也成熟于中国车企。

持有这些观点的人是盲目冒进的,是简单崇洋媚外的,他们其实是没有看到科技是以成果来论成败输赢,而不是以从业先后,拥有经验多少来排名。国外很多汽车企业几十年前就开始电动汽车的研发,他们的国家新能源补贴也是步步跟进,发展至今显得成熟和理性。相对而言,我们的电动汽车技术起步晚是不争事实,但是在政策的引导和财政补贴下,电动车技得到迅猛发展,站在时代的电子技术成果,国产电动车的续航里程以及加速性等核心性能比肩国外产品。不能说现在已经超越,也不能保证以后会超越,但是现阶段,从各方展出的电动车,尤其是纯电动车来看,国内国外车企站在同一起跑线上。

当然,我们必须意识到,国内车企能够在电动车领域迅速追上国外水平,除了我们自身发展快速之外还有一个非常重要的原因——国外研发了很多年,一直没能突破电池技术的瓶颈,有的时候明明做了很多努力,到头来得到的只是个零。正是这个瓶颈让国外车企等了我们很多年,现在也成为了我国电动车发展的一大难以逾越的障碍。谁能够率先解决这个难题,谁就是时代的主人。

