

# 2010

## 中国车市



### ——2010年影响中国汽车界八大热点事件扫描



2010年对于中国汽车界而言，绝对是不同寻常的一年。国家为刺激汽车消费拉动内需推出的购置税减免、汽车下乡、以旧换新、节能补贴等诸多利好政策在这一年里齐齐发力，助推中国车市一路踩着油门飙向又一个巅峰——突破1700万辆的业绩在赶超美国最高销售纪录的同时，也给中国汽车江湖带来一场场惊涛拍岸、大浪淘沙的别样景观。

在这个辉煌的年份即将翻过最后一页日历的时候，让我们静下心来梳理2010年中国汽车行业的各种事件，细细回味一下中国车市在这一年中走过的印记。

□晓爽



编辑:韩爽 组版:刘静

#### 事件一: 汽车产销赶超美国

**关键词:** 1800万辆  
今年以来，中国汽车产销几乎每个月都保持着30%左右的稳定增长。中汽协相关人士预计，中国今年汽车销量有望达到1800万辆，同比增长32%。这就意味着，中国将连续第二年在产销数据上超越汽车大国美国，并打破美国此前创下的1700万辆最高销售纪录。

**年终评语:** 从长期看，中国汽车市场仍公认有着巨大潜力，这决定了中国市场仍将是未来跨国车企投资的热点。

#### 事件二: 岁末上演“空城计”

**关键词:** “扎堆儿”买车、加价提车

往年的12月份，正是车商为了完成全年指标“挥泪大甩卖”的时候，而今年却上演了一出罕见的“反转剧”。12月13日，北京市号称“史上最严厉”的治堵新政开始征求意见，一时间引爆市民购车狂潮，4S店通宵营业，消费者排队“抢”车。在购置税优惠“大限”来临的背景下，不仅北京，眼下，整个车市似乎都在闹“车荒”，一些紧俏车型的订单甚至已经排到了明年下半年！

**年终评语:** 2010年的车市是典型的“政策市”，连车商都感慨，今年算是赶上了“空前绝后”的好年景。相信未来伴随着竞争的更加充分以及车市的理性回归，车荒、加价这些给消费者添堵的事情能少些。

#### 事件三: 吉利并购沃尔沃

**关键词:** 18亿美元  
8月2日，吉利并购沃尔沃交割仪式在伦敦进行，吉利完成对福特汽车公司沃尔沃业务单元的收购，总收购金额为18亿美元。至此，中国民营企业最大规模的海外并购案走完法律程序，并购成功后的吉利集团成为中国第一

家跨国汽车企业。

**年终评语:** 吉利为中国汽车企业海外收购探索出了一条新路，使中国拥有具备国际竞争力的世界知名汽车品牌，一举进入国际高端汽车市场并占有一定份额。

#### 事件四: 腾中“买马”闹剧

**关键词:** 悍马退市  
2月25日，悍马、腾中和通用公司相继公告腾中收购悍马失败，通用将关停悍马。此前，商务部公开否认曾阻挠腾中收购悍马。

**年终评语:** 全球汽车市场正在经历对新能源汽车的逐渐接受和对高油耗汽车的摒弃，而腾中收购悍马更像是一场闹剧，引来不少“借机炒作”的质疑声。究竟是一场游戏还是一场梦？作为局外人的公众恐怕只能雾里看花了。

#### 事件五: 豪华车市场井喷

**关键词:** 富二代与豪车  
今年是豪华车品牌集体狂欢的一年，奔驰、宝马、沃尔沃等豪华品牌的增速远超行业平均增速。富二代撑起半边天，已成为中国豪华车市场的一大特色。数据显示，在保时捷、英菲尼迪等偏重运动的豪华品牌中，富二代购买者甚至占据五成比重。

**年终评语:** 富二代并不是一个贬义词，很多富二代已经成为社会财富的重要创造者。不过也有一些富二代为富不仁，总与交通肇事等负面事件扯上关系。希望富二代们更多地投身公益，而不是沉迷于赛车和泡美眉，套用电影《大笑江湖》中那句名言：“别太放肆，没什么用。”

#### 事件六: 油价上涨难挡购车步伐

**关键词:** “油”它去  
自12月22日零时起，汽、柴油价格每吨分别提高310元和300元，继“蒜你狠”、“豆你玩”之后，催生了又一个新名词“油它去”。然而，面对发改委本年

度第四次调高油价，中国的汽车市场却依然“涨”声一片。

**年终评语:** 尽管油价上涨，用车成本再度增加，但中国消费者已经开始了消费结构的转型，更多地倾向于购买1.6L以下的小排量车来满足需求。

#### 事件七: 交通拥堵考验汽车社会

**关键词:** 摇号  
车市高速增长不可避免地带来了诸多负面效应，首当其冲的就是城市拥堵问题。日前，北京的治堵方案已正式出台，“摇号”将成为北京人今后买车时绕不过的一道坎儿，其他城市是否效仿这一做法还未可知。

**年终评语:** 交通拥堵已成为国内许多大中城市的共同“心病”，也是考验城市管理者智慧的一大课题。在“限行”、“限牌”的同时，大力发展公共交通设施，加强管理才能做到治标又治本。同时，私家车的鼓励购买、限制使用，也应该成为全国性规范。

#### 事件八: 车市营销花样翻新

**关键词:** 明星代言  
借助名人光环为车辆做宣传已经是汽车企业惯用的传播手段。2010年，这股“代言风”愈演愈烈，其中既有韩国天王李秉宪(代言起亚凯尊)、《越狱》男主角米勒(代言科鲁兹)这样的“洋面孔”，又有海清和黄海波(代言奇瑞旗云)、陆毅和鲍蕾(代言奔驰)、文章和马伊琍(代言新POLO)这类台前或幕后的“夫妻档”……各大汽车厂商在推出新车时竞相启动重量级明星助阵，为火热的车市再添一道风景。

**年终评语:** 如今的汽车厂商频频向娱乐圈抛出橄榄枝，很多新车发布会上星光熠熠堪比娱乐秀场。汽车与明星的速配确实擦出不少火花，但也不乏失败案例，并非把明星跟车捆绑在一起就能成功，如何更好地运用名人效应，对车企来说的确是门学问。



以心迎新



迎新 回馈火热进行中



**山东金宝利一汽-大众4S店**  
地址: 工业南路60-6号(工业南路与化纤厂路口向东500米)  
公司电话: 67872777 救援电话: 88558999  
售后预约: 88511666

**山东银座汽车一汽-大众4S店**  
地址: 银座国际汽车广场(济南市经十路2289号)  
省体育中心店: 济南市经十路20286号  
全省统一客户服务热线: 0531-96566 88727588

**润华一汽-大众4S店**  
地址: 经十西路京福高速西行四公里(润华汽车主题公园)  
销售热线: 0531-87299926 87299928  
服务热线: 87299932 87299933

**山东首佳一汽-大众4S店**  
地址: 济南市大桥路127号(二环东路高架路北首)  
销售热线: 86167777 预约服务: 88272966  
24小时救援服务: 88279958