

D 运河车市

D01-D08

齐鲁晚报 2012.4.26 星期四

龙卡购车分期付款
—0利息 最优0手续费
手续便捷 优惠费率
专享额度 灵活期限
咨询热线: 4008200008 2937130
网 址: www.ccb.com
中国建设银行
China Construction Bank
济宁分行



过去十年间,我国汽车年销量从200万辆攀升至1800万辆,“井喷”过后,回归理性也是汽车工业发展的规律使然,消费增速大幅回落,国内外经济环境变化,也是最大诱因。

经历了20年的“粗放式增长”之后,中国汽车工业开始步入“微增长”时代。

本刊 综合

2011年,国内汽车消费增速大幅回落,释放出市场增长趋于平缓的信号。而“跌”入“微增长”时代的最大诱因,是中国汽车工业受到来自国内外经济环境变化的影响。除此之外,过去十年间,我国汽车年销量从200万辆攀升至1800万辆,“井喷”过后,回归理性也是汽车工业发展的规律使然。

由于需求放缓,车企面临的压力陡然增大。除了销量本身,不少企业的利润空间似乎也进入到了“微”阶段。

从今年来看,豪华车市场价格率先“跳水”,进而使低级别车型的价格逐级

下探,利润空间受到进一步挤压。与此同时,生产原材料、人力等成本的上涨,也无不令车企遭受考验。

不过,尽管如此,我们也无需过于悲观——与整体市场需求放缓截然相反的是,城镇居民汽车消费升级与换代的速度正在加快,在以经济型轿车为主的首次购车经历之后,这一庞大的消费群体目前正向着中高级车、豪华车品牌转移。同时,SUV、MPV等多功能性车型的需求也持续释放,中国车市的车型类别与消费群体双双呈现出多元化特点。品牌认知度对于汽车消费的影响强于以往,这正是汽车工业“微增长”时代的典型特征之一。

从市场趋势来看,一线市场的消费增长正向二三线市场转移,以中小排量为为主的家用轿车空间依然巨大,成为“微增长”时代的支点之一。

入门级市场也是各大豪华车品牌重兵布局的领域,成为“微增长”时代的另一个博弈点,这一市场的空间正在被加速做大。同时,在中高级车甚至更低级别的市场上,多家车企纷纷发布全新的合资自主品牌,抢占自主品牌市场份额的意图明显。

这是各大跨国公司重点发力的领域,也将成为中国本土车企与之角力的主战场。

精准把握了上述市场变化的奔驰、宝马、奥迪、大众、通用、日产等汽车厂商在中国市场的增长态势仍然迅猛。不仅如此,宝马还在日前召开的德国年会上,首次明确将中国市场列为与美国同一级别的“成熟市场”。宝马大中华区总裁史登科预言,对于任何汽车品牌而言,未来中国市场都是其最大的单一市场,只是时间早晚的问题。

尽管遭遇了销量增长放缓的“悲情”,但仍对市场前景的信心丝毫不减,在现实与理想的夹击中,各大车企对中国车市的竞争愈发激烈。眼下,这一竞争态势将直观地映射到2012(第12届)北京国际汽车展览会上。在这里,将有来自全球各大跨国公司的1125辆展车现身参展,其中包括88辆新能源汽车。可以预言,这次展会,将会是2012年车企深度抢占中国市场的又一缩影。

但无论如何,一个不变的真理是,在“微增长”时代,淘汰将加速,唯有强势的品牌和技术实力才能为企业的前行保驾护航。

汽车 “微增长” 时代的来临

编辑: 施园 组版: 褚衍冲



BUICK
心静 思远 行千里

唯创变 是不变

2.4L SIDI 22.69万起 / 2.0T SIDI 25.09万起 / 3.0L SIDI 32.29万
2.0T SIDI智能直喷涡轮增压发动机,集缸内燃油直喷、双通道涡轮增压、DVVT进排气门连续可变正时和机油喷雾冷却活塞等尖端科技之大成,凌厉性能一瞬即释。在极致宁静中享受162kW的汹涌爆发;7.8秒,从0-100公里/小时。以四缸排量,颠覆六缸力量。

别克君越 高档行政级轿车 2012款全新上市

君越 LACROSSE

润华济宁润通汽车销售服务有限公司
济宁朗巍弘辉汽车销售服务有限公司

地址:济宁市高新区327国道88号润华汽车广场
地址:济宁市金宇路47号置城国际C座朗巍汽车

销售热线:(0537)298 7777
销售热线:(0537)290 3999

24小时服务热线:(0537)298 7636