

# 车市未来更有看点

## 从车企在华规划看未来车市格局

文/罗时刚

2013年初,东风标致3008在成都上市,厂方当晚即借机发布了“蓝升计划”;紧接着,比亚迪在北京召开技术解析会期间,详解“绿混”规划,意欲实现二次腾飞。其实,中国车市的现状,跟若干年前的政策引导和车企发展方向有着很大关系。从各大车企纷纷发布在华的中期或远期规划,不难看出未来中国车市的走势和格局。

### □瞄准三五年后

仔细分析各大车企的规划,不难发现大家都将目标瞄准了三五年之后。而且,这种目标,还将在滚动发展中不断完善和调整。

早在两年前,大众汽车公司启动了“蓝创未来”战略。这一理念涵盖三个方面:在产品上,提供更加高效、清洁的环保技术解决方案;

在人机交互方面,改善人们的驾驶习惯,从而促成主观上的节能降耗意识;企业自身也将更多地投身于各种环保项目中。

紧接着,丰田发布了“云动计划”,围绕环保技术、福祉车、商品、服务、事业、社会贡献活动六个关键词加速在中国的事业步伐。本田发



### ●车型推荐

## 都市新生力量

### 注重驾驶乐趣小车推荐



雨燕2013款注重驾驶乐趣

竞争日益激烈的汽车市场,A0级小车不再只强调其代步作用,许多车主也希望自己的小车不仅拥有基本的代步功能,更能在日常使用和闲暇驾驶时享受到驾驶乐趣,并且以最省的费用来实现这个需求。不久前上市的雨燕2013款注重驾驶乐趣,成为这一细分市场增长的新力量。

雨燕2013款为年度小改款车型,总体来说,与老款差异不算太大,只在外观和内饰上做了一些小改动。不过,经典的造型已经深入人心,变化并不是重点。

雨燕2013款搭载获得“中国心”十佳发动机的M系列发动机M15A,并且凭借此发动机征战JWRC赛事,夺得20余次JWRC世界汽车拉力赛冠军和41次CRC中国汽车拉力赛冠军,起步、加速、转向、换挡,甚至是舒适驾驶模式下都不失动感。其车身底盘系统也融合了铃木竞速的运动血统,具有强烈欧洲风格的前麦弗逊式独立悬挂加纵臂扭力梁式半独立后悬挂的组合,拥有更激情的驾驶乐趣。

雨燕2013款中最受欢迎车型1.5L自动挡,网友实测油耗仅为6.5L,节能效果令人称赞。另外,其3年或10万公里的整车质保大大降低了车辆的养护成本,是一款兼顾驾驶乐趣与性价比的车型。据悉,近日长安铃木还推出“亿万豪礼欢乐购”促销活动,现金全款购指定车型可享6000元超值大礼包,更为实惠。

### □新能源是重点

纵观如火如荼的车企规划,不难看出新能源技术,在其布局中的重点。

以最近的比亚迪“绿混”技术为例,它有些类似于大众的蓝驱技术。面对媒体的采访,王传福坦言2010年至2012年是比亚迪在经历挫折之后

的调整期,2013年则是二次腾飞的起点。“抢占新能源技术高点,将是比亚迪发展的关键所在。”该项混合动力技术成本约为5000元,并将在2014年应用于比亚迪全系车型。

另据了解,“蓝升计划”是东风公司董事长徐

布了“我动,未来动”中期规划。这其中的“我”指的是Honda,同时也代表广大消费者。这个口号的含义在于,Honda将和广大消费者一起行动,共同创造新的未来。福特描绘了“1515”蓝图,即到2015年时,福特在华的车型扩张到15款。

平与PSA集团CEO菲利普·瓦兰等众多高管,于两个月前在北京秘密召开的会议上决定的。此次正式对外发布的“蓝升计划”包括技术升蓝,产品升蓝和用户体验升蓝三方面,其中就包括推出一系列汽油发动机以及更加适应时代需求的新能源动力。

### □“弯道超车”重在执行

都说大众、通用抢占了车市的先机,牢牢占据着大佬的位置。然而,兵无常势,水无常形,在充分的市场竞争下,我们也看到了现代起亚、日产、长城这样的后来居上者。

一家车企的成功有必然因素,也有偶然因素。方兴未艾的中国车市,在众多的车企中,若要出现像苹果那样“弯道超车”的企业,一定是离不开新能源技术的运用。

说到底,在车企们公布的规划中,无论是车型的投放,还是动力的改进,以及销售渠道的精耕细作,关键还在于整个系统的完美执行力。

# 更安全的车成消费主流

一项调查显示,汽车不论新旧,车辆的经济性(价格、油耗)是消费者重点关注要素。此外,消费者对于车辆质量的追求正在向更高的车辆安全飞跃,这是一个很重要的信号,反映出新时代的购车消费观正在从耐用性向安全性提升。分析认为,中国消费者对于汽车需求的变化导致了这种新旧消费观念的根本转变。

### 消费者逛车展 67%最想了解促销信息

根据汽车之家研究中心的调查数据显示,67%关注上海车展的消费者最想在车展看到的是新品促销信息,41%的消费者最关注产品比较,这也表明关注车展人群中41%的消费者是有购车意愿的,他们关注车展是为了能集中选车。

在问及车展关注人群最关注的汽车周边问题时,75%的消费者表示最关注汽车的养

护问题。汽车之家研究中心认为,如果汽车养护以及维修等连锁企业参与车展的话,对其品牌推广将有极大的帮助。

从以往车展相关新闻来看,舆论导向更多的是在炒作一种“噱头”。无论是把车展说成“肉展”,还是把车展说成“豪车4S店”,其实对于中国汽车消费者吸引力都不大。透过车展去吸引中国汽车产业链中的“中流砥柱”,使中国消费者通过车展能够更懂车,更会用车,这才是车展存在的真正意义。

### 变速器、油品质量 受关注

在经历“3·15”之后,汽车质量问题一夜之间浮出水面。车展上汽车消费者所关注的内容不仅仅是传统的展示物,汽车及汽车周边产品的质量也成为他们期望在车展上得到的信息内容。

从“汽车消费者更担心哪些质量问题”的

调查结果来看:66%的消费者更担心变速器质量问题,46%的消费者更担心发动机质量问题,44%的消费者更担心车体架构质量问题,40%的消费者更担心汽车内饰材质质量问题,35%的消费者更担心汽车电子系统质量问题,30%的消费者更担心底盘悬挂质量问题。除此之外,消费者也反映比较关注车漆工艺等其他质量问题。

从“汽车消费者关注哪些周边产品质量”的调查结果来看:77%的消费者担心汽油质量问题,31%的消费者担心燃油添加剂问题,25%的消费者担心导航仪质量问题。由此可见,中国油品质量成了汽车相关产品质量关注的焦点。

总之,关注汽车消费的人群越来越关心汽车的安全,“不安全”的产品是绝对得不到消费者的认可的。无论是新车还是汽车周边产品,质量好坏已经成为消费者是否购买的重要评判标准。

# 齐鲁晚报·今日莱芜招募齐鲁学生记者

想拥有独特的观察视角吗?想提升新闻写作能力吗?想让自己的作品在报纸上发表吗?那就快来报名吧。  
全市大中小学生,只要自己或家长是《齐鲁晚报》的订户,即日起均可带个人有效证件和两张彩色1寸照片到本报报名。报名时需填写个人基本资料、作品一篇(体裁不限)。  
报名电话:0634-6380110 15506347997 电子邮箱:qlwbjrlw@163.com  
报名地址:莱芜市工商局7楼齐鲁晚报·今日莱芜编辑部。

