



新能源汽车 已进入2.0时代

消费者购车日渐谨慎 车市“金九银十” 前景难料

进入9月,车市能否按照以往的惯例迎来“金九银十”的销售旺季,经销商、消费者如何看待车市的降价促销?近日,羊城晚报记者走访了上海几大主流品牌4S店,随着中秋节和十一黄金周的日益临近,多数品牌推出优惠活动,降价、推新车成为“金九银十”的主旋律,但作用并不明显。

经销商: 降价提振销量难如愿

记者走进位于上海普陀区金沙江路某日系品牌经销商展厅内看到,整个展厅虽然已挂上了促销优惠的相关标语,但人气却不足。记者驻足近半小时时间,仅有四五名顾客前来看车,且仅停留几分钟后便匆匆离去。据该店销售人员张先生透露,虽然现在9、10月份集中购车不如前几年那么明显,但毕竟是传统的销售旺季,还是应该主动出击。“从目前市场反应来看,低价格并没有让消费者提起购车的意愿。降价对一些近期有购车打算、早已关注某品牌的消费者会产生促进作用,但对于大部分消费者来说作用不大。”张先生告诉记者。

据了解,除了送油卡、送保养等常规促销手段,目前该店推出的客户体验日、金融贷款专场等活动比较受欢迎,而面对即将到来的国庆假期,经销商也将推出促销活动。

此外,为积极迎合90后人群喜好,外观年轻时尚、张扬个性,智能化配置逐渐成为市场主流,不少品牌经销商就主打年轻时尚牌。某德系品牌经销商肖先生表示:“现在大家买车,更看重外观和配置,也就是说既要有颜值,还要有内涵,所以厂家也都投其所好,给新车更迷人的外观和更智慧智能化配置,吸引年轻人的目光。”

消费者: 频繁降价延长观望期

根据往年的经验,商家们的降价往往集中在9月中上旬,而到了9月的最后一个星期,车价反而坚挺。因为那段时间买车的,大多是急于在十一前提车的,商家摸透了消费者的心理。

然而,记者近日采访发现,很多消费者在购买大宗消费品时已更加理性。消费者在信心不足的情况下,购车行为更为谨慎。其中,部分消费者明确表示十一之前并没有购车意愿。

80后的郝先生坦言,对商家降价活动已经习以为常,频繁降价会延长其观望期。“万儿八千的降幅其实已经很难打动现在的消费者。尤其是有意愿购车的人群,已经对品牌和车型有了比较清晰的认受度,但涉及拍牌、经济大环境等因素,如今的消费者更趋向理性消费。”而有部分消费者认为,中高档车和新车还有一定的降价空间。

有业内人士认为,一年中汽车销量往往呈现V字形变化。注重价格的消费者,可等到年底再出手。年底厂家为了给新车型让路,老车型就会有大幅度的优惠。

(李斯睿)

在政府补贴和“双积分”政策的影响下,新能源车市场一直火热。在这波火热的浪潮里,新能源汽车作为现今市场最热的种类无疑受到几乎所有厂家的高度重视。加之今年7月的新政实施,更是实现我国新能源车品质再升级的有利“助推器”——车企已从“造出一台新能源车”,转变为“生产出具有竞争力、可以满足消费者需求的新能源车”。

中国车市的新能源汽车一直保持着较高增速,我国新能源汽车产销已连续三年位居全球首位。中汽协数据显示,今年1至7月,我国新能源汽车产销分别达到50.36万辆和49.59万辆,同比分别增长85.01%和97.12%。

因此,“得新能源者得天下”的说法已成为大部分车企的共识,在各家车企的战略版图上,新能源车型已成为不可或缺的一部分。此次成都车展上各家车企争相推出的新能源车型,也成为本届车展上最吸引眼球的亮点。

本次参展的各主机厂几乎都有新能源车参展,不少厂家的新能源车更是参展车型中的重点。无论是一直在新能源车领域遥遥领先的自主品牌,还是后来居上的合资品牌,本届成都车展上不难看出各车企在新能源领域的布局上,都已下足了功夫。

宝马530Le无线充电版、欧拉iQ、广汽新能源GE3 530、北汽新能源EC3、北汽新能源ET400、比亚迪宋、荣威Marvel X、起亚K5 PHEV等众多新能源车型,争相向众多参展观众展现汽车行业新未来。

上汽荣威首款“电动智能超跑SUV”车型MARVEL X于8月30日在车展前一日正式上市,补贴后售价区间26.88万至30.88万元。而其最大500公里的续航里程和媲美百万级豪车的配置正是最引人注目的卖点;车展前4天上市的广汽新能源GE3 530,更是主打超长续航里程和智能化;比亚迪全新一代宋的EV版,同样有长达500公里的续航能力;长城重点打造的新能源品牌欧拉,新车定位原生电动跨界车,补贴后售价8.98至10.58万元,综合工况续航里程可达360公里;以欧拉iQ为起始,欧拉品牌将在未来3年内推出4款产品,包括欧拉R1、欧拉R2和一款高续航里程车型。

不难看出,无论价位处于哪个水平,如今的新能源车型已不再停留于“能造”这一阶段,而已开始进入“造就高品质”阶段了,新能源汽车正式进入2.0时代,只有高续航里程的新能源车型才有资格成为车企的重要布局车型。

在9月1日召开的泰达论坛上,财政部经济建设司副司长宋秋玲表示,今年新能源车预计销售150万辆,未来中央财政将按照国务院统一的动态调整机制,联合有关部门作进一步的研究完善,一方面仍然坚持扶优扶强的政策导向,将继续提高补贴技术门槛,集中精力、财力,支持优势产品、优势企业,促进优质企业和产品做大做强,加快推动新能源汽车产业供给侧改革;另一方面充分发挥市场机制作用,增加更多通行层面政策便利,限行限号以及使用环节的低成本,将成为新能源汽车的主要竞争优势。

不难看出,新能源汽车已是全球汽车产业发展的大趋势,而作为新能源汽车领域的龙头大国,我国政策将会大力支持发展新能源产业,企业如果不想在下一轮竞争中被淘汰,汽车产业所有参与者都应积极布局新能源,瞄准尖端技术,高质量发展新能源汽车。

(牛小欧)

雪佛兰 沃兰多 ORLANDO 预售开启

即日起抢先预订, 即享新车好礼:

- 尊享优先提车权
- 加赠价值4000元预售专属礼包:幻影套件包+雪佛兰智控手环
- 加赠全能PLUS预售专属礼包,神秘大礼,刷新想象(9月21日现场公布)

令人向往的生活





雪佛兰智控手环



炫光彩影轮毂



曜黑悬浮车顶



炫红车身饰件



炫红车身饰件



全能PLUS预售专属礼包



扫描二维码抢先预定!

ORLANDO 沃兰多



雪佛兰
CHEVROLET

自主品牌汽车市场 占有率持续下跌

本报讯 据《北京晨报》报道,如今已是9月下旬,汽车市场也进入第三季度的收尾阶段。众所周知,以往第三季度普遍属于汽车市场的销售旺季,而8月份作为开启“金九银十”的月份,往年销量回升幅度明显,今年虽有回升,但今年整体车市表现不佳,因此8月销量数据不如去年。

中汽协数据显示,8月乘用车共销售178.99万辆,环比增长12.60%,同比小幅下降了4.55%。细分市场里MPV销量降幅最为明显。8月,轿车销售90.11万辆,环比增长10.62%,同比下降3.42%;SUV销售73.76万辆,环比增长16.57%,同比下降4.68%;MPV销售11.93万辆,环比增长11.92%,同比下降13.59%。

中汽协数据指出,8月销量排名前十位的轿车生产企业依次为:一汽-大众、上汽通用、上汽大众、东风有限(本部)、吉利控股、北京现代、广汽丰田、一汽丰田、广汽本田和华晨宝马。与上月相比,一汽丰田和广汽本田销量下降明显,广汽丰田微降,其他企业均有增长,其中北京现代不仅重回前十,且增速超过100%,表现最为突出。8月,上述十家企业共销售68.40万辆,占轿车销售总量的75.91%。

8月销量排名前十位的SUV生产企业依次是:吉利控股、长城汽车、上汽大众、东风有限(本部)、广汽乘用车、一汽-大众、上汽通用、上汽股份、上汽通用五菱和长安汽车。与上月相比,上汽通用五菱、长安汽车和上汽通用销量略有下降,其他企业各有增长,其中东风有限(本部)和一汽-大众增速更为明显。8月,上述十家企业共销售38.95万辆,占SUV销售总量的52.80%。

值得注意的是,中汽协数据显示,8月自主品牌乘用车共销售68.41万辆,环比增长7.28%,同比下降11.06%,占乘用车销售总量的38.22%,占有率比上月下降1.89个百分点。德系、日系、美系、韩系和法系乘用车分别销售42.42万辆、35.74万辆、19.15万辆、9.10万辆和1.98万辆,分别占乘用车销售总量的23.70%、19.97%、10.70%、5.08%和1.11%。

自主品牌在乘用车总销量的比重再次下跌,主要原因是合资品牌价格逐年降低,在这种大环境下暴露出了中国品牌与合资品牌还有着较大差距;且中国品牌占有率主要因为目前国内五六线城市。而经历了长时间的高增速发展后,目前这一细分市场已经趋近于饱和,而随着三四线的经济发展,越来越多的人将购车目标对准了合资品牌。

(牛小欧)

气囊存隐患 北京奔驰召回部分 C级和GLC SUV汽车

本报讯 记者从国家市场监督管理总局了解到,日前,北京奔驰汽车有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》的要求,向国家市场监督管理总局备案了召回计划。将自即日起,召回部分C级和GLC SUV汽车,共计53台。具体如下:2018年2月3日到2018年2月23日期间生产的部分C级汽车,共计51辆;2018年2月11日生产的部分GLC SUV汽车,共计2辆。

本次召回范围内部分车辆装配的驾驶员安全气囊模块的气体发生器外壳可能使用了不合格材料。车辆发生碰撞时,安全气囊的保护功能将无法保证。另外,分离的零件可能进入车辆内部,伤及车内人员,存在安全隐患。北京奔驰汽车有限公司将为召回范围内的车辆更换合格的驾驶员安全气囊,以消除安全隐患。(张丽艳)