

## 赶乘汽车产业振兴规划利好班车

# 小排量车型连月骤增 自主品牌“牛”转乾坤

“开春以来,全国小排量汽车市场出现回暖迹象。这是在国家推出汽车产业振兴规划之后,自主品牌迅速表现出来的小高潮。

面对宽松的政策环境,各自主品牌相关负责人均表示,还将在推新品、扩网络等方面调整,争取实现同比两位数以上的增长。

汽车周刊工作室 李舒/文



在国内各大车展中,自主品牌新车频亮相。

### 政策利好立竿见影

1月国内汽车行业的销售数字,让业界为之振奋——自主品牌轿车共销售13.02万辆,占轿车销售总量的29.65%,与2008年相比,有较快提升。

“新政给自主品牌带来了一个小井喷。”长城汽车销售公司副总经理商玉贵在接受

本报记者专访中表示,“与去年同期相比,今年1月我们有40%左右的增量。”

比亚迪汽车市场的相关负责人肖海平也告诉记者,“今年以来,比亚迪在全国市场也有80%的增量。”

面对漂亮的销售数据,业界人士表示,这得益于国

家推出的汽车产业振兴一系列规划,尤其是税费制度的改革和购置税减免政策的推出,为小排量车提供了相对宽松的政策环境。而自主品牌的主流车型,大部分是1.5L以下车型,因此,乘着利好政策的“春风”,自主品牌正酝酿翻身。

### 厂商调整推广计划

面对新政的相继推出和自主品牌车型表现出来的良好势头,不少自主品牌车企均在产品序列和网络推广方面相应调整。

加快小排量新品的上市速度,尤其是小排量汽车的投放,是大部分自主品牌车企调整的重点之一。据统计,四大国内自主品牌企业的今年总和超过了43款。

陈放鸣表示,2009年吉

利汽车将推出8款新车,巩固“新三样”取代“老三样”的战略调整成果。

“在接下去的时间里,长城基本每个月都有新车推出。”商玉贵告诉记者,“计划有13款新车面市,其中有9款新车排量在1.6L以下,其余车型为传统皮卡,这也是为了贴近国家推出的‘汽车下乡’政策。”商玉贵笑着说。

同时,营销和服务网络的

布局也在自主品牌中迅速展开。目前,尽管“汽车下乡”相关细则尚未出台,不少厂家和经销商已经快速反应,加快在二、三级县市的布局。奇瑞汽车特别增设了微车销售渠道,并在去年便开始加快在农村的渠道建设;而按照长城汽车的规划,在“汽车下乡”的推动下,新增渠道网点今年计划销售皮卡5000辆、小排量轿车1万辆。

### 政策引导消费回归理性

自年初奇瑞汽车高调宣布全年41.9万辆的任务量之后,吉利汽车、长城汽车以及比亚迪汽车也纷纷宣布全年计划和新车推广计划。纵观主流自主品牌2009年的销售目标,四大主流自主品牌今年为自己制定的产销目标之和超过了125万辆,其

中大部分企业的增量都将达到25%以上。

“自主品牌的春天到来了。”商玉贵认为,在经历了2007年的蛰伏后,“2009年将是自主品牌发力和反攻的一年。”

不过,厦门“中间大两头小”的市场格局让厦门经

销商略显得有些悲观,“新政之后的市场调整并不明显。”厦门吉顺丰汽车总经理章汉强这样告诉记者。

对此,业界人士分析,尽管厦门消费者的品牌意识很强,但随着政策环境的宽松,厦门消费者也将回归理性,选择性性价比高的经济小车。

### 记者观察

#### 向上还是向下?

对于自主品牌车企而言,莎士比亚式的生存还是死亡的扪心自问,答案毋庸置疑。但是,向上还是向下,这的确是一个问题。

所谓“向上”,指的是车企向B、C级车进军;而“向下”指的是车企将重点放在A、A-级车市场。

总体而言,大部分自主品牌车企都是从成本较低的小车着手进入汽车市场,并随着主流消费群体向中级车的逐渐转移,期待在B、C级车市场有所作为。

如今,小排量车的利好政策陆续出台,使得小排量市场发展潜力巨大,而合资品牌小排量车也频频发力,这样的现象让计划重返小型车战场的自主品牌颇为犹豫。

继续投入高端车的研发成本,还是经营轻车熟路的小型车,答案是后一个。

首先,国内车市无外乎“政策市”。在政策的推动下,2009年已经被预测为“小排量年”,紧跟政策风向,尽管保守,但十分稳妥。

其次,尽管自主品牌的“向上”发展,让合资品牌小排量乘虚而入,但自主品牌在车型和技术储备上仍有优势。

方向确定之后,仍然存在方式的问题。眼下几大自主品牌车企公布的至少25%以上的年增长量,以及高频率的新车面市,均让人担心自主品牌高速膨胀后,出现品质下滑的老问题。

目前,主打“精品”和“高性价比”的合资品牌小排量让消费者有了新的认识。因此,对于自主品牌而言,如何在“打造精品”和“经济实惠”上下功夫,才是重新崛起的关键所在。

### 车商车市

#### 英菲尼迪携手路易威登亮相日内瓦车展

在本次日内瓦车展上,英菲尼迪将发布全新概念车,并在欧洲首次展示G37敞篷车。此次是路易威登长期以来为指定汽车定制行

李箱的最新举动。两者的强强联手,不仅形投于时尚的设计理念,更神合于高贵的艺术内涵,从而为豪华品牌携手合作开启了新篇章。

#### 比亚迪 F3 再夺全国销量冠军

据乘联会最新公布的数据显示,比亚迪 F3 继 08 年 10 月之后再次夺得销量王,一月销量达到 15675 辆。伴随着国家新的利好政策出台和 F3 自动挡车型的

上市,比亚迪 F3 将取代捷达成成为中级车新的销量冠军,同时也将为比亚迪 09 年 40 万辆的销量目标作出更大的贡献。

#### 海马欢动试车手火热报名

据悉,海马欢动即将举办欢动试驾会,现招募欢动试车手数名,目前接受报名。全新两厢轿跑欢动靓丽动感的外形极具亲和

力。同时欢动又是一款典型的家用轿车,不仅燃油经济性出色,还搭载了同级车中独一无二的 CVT 无级变速器。

#### 厦门美东情人节送浪漫

记者日前从厦门美东雷克萨斯 4S 店了解到,情人节当天,美东不仅为来店客户准备了精美的巧克力、玫瑰等情人节礼物,当天购车客户还将获得 99 朵玫瑰以及两张香港丽星号游轮船票的浪漫大礼。

相关负责人告诉记者,

举办情人节活动,除能增加人气外,提供的购车优惠、特别礼物以及主题活动,还可以为车友提供一个特别的爱意表达契机和服务。据了解,活动当天他们共接待了 25 批近 80 名的进店客户,截止到目前,已有 3 位客户现场签约。

### 新车上市

#### 09 款 RX350 厦门美东接受预定

记者从厦门美东汽车了解到,雷克萨斯即将在国内推出新款 RX 系列,用以替代现款车型。新款 RX350 使用改进后的 3.5 升 V6 发动机,并配备了全

新的六速 Multi-Mode 自动变速器,最大功率增加到 275 马力。装备有 10 个标准化的安全气囊。目前,该车已全面接受预定,预定价格为 80 万-88 万元。

#### 宝马汽车 BMW 318i 领先型上市

新一代 BMW 3 系车型自上市以来,得到了市场和消费者的广泛认可。华晨宝马为了尽快满足广大消费者的需求,提前向市场投放新一代 BMW 318i 领先

型,指导零售价为人民币 30.6 万元。至此,新一代 BMW 3 系在短短两个月内共向客户提供 7 款车型,价格区间进一步扩大从 30.6 万元到 61.3 万元。

### 淘优惠

#### 厦门中宝推出多种优惠购车方案

据悉,宝马中国和华晨宝马宣布从即日起到 2009 年 3 月 31 日止,全面推出多种优惠购车方案,客户可以根据自身需求任意选择其中一种方案,厦门地区的优惠方案包括:购置税支持方案、BMW 车主真情回馈

方案。其中,购买 BMW X5 3.0si、BMW X3 和 BMW 1 系的客户将享受 50% 或 100% 购置税的支持。活动期间,如再购买新 BMW 3 系,09 款 BMW 5 系以及全新的 BMW 7 系,还可得到最低一万元的优惠支持。

#### 塞尔福推出骊威首付优惠活动

据了解,即日起至 3 月 31 日,凡到东风日产塞尔福机场轩泰 4S 店/塞尔福金湖 4S 店申请贷款购置骊威指定车型,只需首付

25800 元,就可购买一台骊威。享受购置税减半,更有机会享受首年免利息优惠,让您轻松拥有一辆实用的多功能家轿。

#### 福特推出预订新嘉年华送大礼活动

日前,信达福特隆重推出订新嘉年华送大礼活动。即日起至 2 月 28 日,凡在信达福特预订新嘉年华客

户,即可获赠 GPS 导航大礼。据介绍,即将上市的新福特嘉年华全系车型均处于购置税优惠范围之内。

### 声音

#### 力推经济实惠的车

今年将是长城的爆发期。我们将从经济实惠车型着手。“经济”是针对小排量车而言,我们的优势在于性价比高;“实惠”是针对“汽车下乡”而言,在农村市场皮卡等工具车是真正实用的车型。因此,我们将在这两个方面发力,俯下身来踏实做事。

——长城汽车销售公司副总经理 商玉贵

#### 小排量车的真正竞争力在中国

国家汽车产业的振兴政策涵盖了 80% 的吉利车。吉利从小排量车起家,小排量车也将是今后的重点。虽然此前有言论认为,小排量车市场可能萎缩,甚至淡出国内市场,但目前观念正在被改变,我认为,小排量车的真正竞争力在中国。

——吉利汽车新闻中心主任陈放鸣