

备案二手车助力 京城车市加速回暖

本报记者 马连华

在经历了2月的惨淡后,3月的京城车市平添了几许暖意。近日,亚市副总经理颜景辉表示,亚市3月的交易数据监测显示,亚市的交易量环比增长9.6倍,交易额增长了10.2倍,预计京城3月销售环比

将有较大幅度的正增长。来自经销商信息也显示,3月车市明显好于2月。广汽本田一家经销商表示,尽管同比仍有较大幅度的负增长,但伴随着新车上市和促销手段出台,该店3月汽车销量比2月有所增加。颜景辉认为,上海车展期间,众多新车会陆续投放市场,四五月份汽车厂商也

会加大产品营销力度。此外,前三批摇号指标的有效期即将结束,摇到号的消费者出手可能性也会加大。这些因素将促使四五月份京城车市回暖。”

回暖的原因首先基于经销商的促销。尽管今年许多京城经销商销售任务减半,价格下调的空间也大幅缩减。但不少汽车

品牌依然推出各种吸引眼球的促销活动。例如,有的汽车品牌推出了购新车即送平板电脑的优惠活动,广汽丰田经销商则推出了置换汉兰达送加油卡活动,并对持号购车用户赠送2000元优惠。雅阁、途胜等中高端车型的优惠都突破了2万元,奔驰E200低配车型优惠则达到6万元。

二手车新政的出台也为京城车市带来了希望。4月1日,北京备案二手车正式开始对外销售。政策规定,备案二手车销售期限为半年,购买后即可获得使用权,再次转让无期限限制,购买人可以获得更新指标。“二手车备案车放开销售使得京城二手车市场迎来了久违的火爆,市场上人头攒动,交易大厅喧闹异常。”二手车市场专家陈欣表示,二手车备案车销售政策的出台起到了缓解供需矛盾的作用,虽然市区1.2万辆根本弥补不了巨大的需求缺口,但也为真正想买车的老百姓带来了一丝希望。

业界前沿

神龙198名一线工人户籍入汉

本报讯 近期,从武汉市公安局户政部门获悉,神龙公司又有271名外地户籍员工喜获武汉市户口准迁证,正式成为武汉市民,其中198人为一线工人,占全部比例的73%。近年来,随着神龙公司的快速发展,神龙公司从全国各地引进了大批生产人员和各类专业技术人员。由于户口不在公司所在地,给其子女入学、老人照料和个人生活带来了诸多困难和不便。神龙公司于2006年9月开始与武汉市政府、武汉市公安局联系,希望解决公司各类人才引进中的户口迁回问题。通过不懈努力,神龙公司外地户籍员工户口迁回问题得到了解决。据统计,自2006年以来,神龙公司共有1176名员工办理了户口迁移手续,成为武汉市民。其中,一线员工648人。

华泰宝利格亮相导演明星欢乐会

本报讯 “2011中国导演明星欢乐会”于4月2日在京举行,此次活动由中央电视台电视剧频道等主办,华泰汽车集团独家冠名,300位导演,300位明星和数百位嘉宾的千人阵容参加了电视晚会,在晚会现场,华泰汽车新款SUV车型宝利格正式亮相。它外观时尚、大气,与华泰B11类似的大面积镀铬“U盾”造型,代表着未来华泰家族式的设计特征。新款双氙气大灯,不仅提供更加理想的照明效果,也将成为宝利格的独特标志。2620mm的轴距带来的车内空间宽大而明亮,配合整体桃木原色和棕色为主的内饰,凸显出中高端SUV的品质。同时,宝利格配备的与Intel共同开发的3G实时智能车载信息决策系统TIVI,体现了华泰汽车的智能科技优势。而源于意大利VM技术的清洁柴油发动机,也再次彰显了低碳、环保的产品理念。

2011款雅绅特悦然上市

本报讯 4月1日,北京现代2011款雅绅特正式上市发售。此番推出的2011款雅绅特为北京现代技术中心进行全新改款的车型,全系车型为1.4L排量,搭载5速手动和4速自动变速箱,涵盖8款车型配置。虽然雅绅特2011款内外兼修,以新取胜,无论外形还是配置都进行了升级,但是价格区间与老款车型相同;仍为7.18万-9.78万元,属于真正的“加量不加价”,更有闪光银、贵族白、柠檬黄、天空蓝、都市红、魅力蓝等6款车型颜色可供消费者选择。雅绅特是北京现代在A0级市场中的重要车型,历经多年的市场历练,累积了良好的口碑声誉,在新浪等网站的口碑榜上,雅绅特的得分均大大高于市场同级车型。同时雅绅特每月的销量数据也呈现出良好的增长态势。

一汽奔腾买车送原厂导航

本报讯 日前,记者从一汽轿车销售有限公司了解到,正值奔腾B50上市2周年之际,一汽奔腾将于4月1日-5月1日期间推出“奔腾导航礼,缤纷喜连连”活动。活动期间,对购买奔腾B50或奔腾B70任意车型的消费者,限量赠送价值近万元的原厂内嵌式导航。奔腾B50是国内同级别中唯一采用中高端轿跑车的1.6L发动机,它搭载了源自德系动力的1.6L发动机,并配备智能六速手动一体变速箱和经典德国MQ200五速手动变速箱,实现了出色的动力性能、行驶平顺性和节能环保性能。作为奔腾B50的入门师兄,奔腾B70的性能表现同样不凡。采用具备国际领先技术的发动机,搭配同级别的6速手动变速器和5速手自一体变速器,实现了动力、舒适和燃油经济性的全方位统一。

现代雅科仕“总统任务”在京启动

本报讯 近日,现代汽车(中国)主办的雅科仕“总统任务”全国启动仪式在北京启动。该仪式的启动也标志着雅科仕“总统任务”全国范围的体验活动拉开序幕。

据介绍,主办方将向参与者提供8小时豪华车体验服务。与其他试乘试驾活动不同,本次活动消费者不仅能够自由乘坐雅科仕进行为期一天的工作和生活,全面满足体验者的用车需求,还将享受到专职司机和行政助理的贴心服务。无论从形式还是内容上,都凸显了雅科仕高端行政公务用车的新形态,将直接拉动雅科仕品牌在中国市场的知名度和美誉度的提升,也为豪华车的市场推广开创一种全新的营销模式。

ADP汽车营销方案供应商进军中国

本报讯 在近日举办的2011汽车蓝皮书论坛上,ADP汽车营销方案供应商与观众见面。ADP认为,汽车品牌的竞争已经摆脱了单纯技术、价格层面的竞争,升级到渠道管理、优质经销商资源、消费体验、售后服务等层面,经销商需要一个可以长期而稳定的“经销商管理系统平台”。ADP经销商管理系统以“支持渠道管理和零售端业务”为出发点,根据各个厂商发展战略、渠道规划和目标市场定位的不同为各个厂商量身定做渠道管理软件,不仅重视对经销商的有效管理,更支持经销商和厂商之间的信息传递。

皇冠成为中国饭店年会指定用车

本报讯 3月15日-17日,中国饭店2011年会暨第11届中国饭店论坛在广州举行,一汽丰田皇冠作为官方指定用车,来自亚太地区近千名嘉宾提供用车服务。这是继2010年全国“两会”、上海世博会、第四届夏季达沃斯论坛等重大活动之后,皇冠再次以官方用车的身份亮相于顶级高端会议。



大众电动车队在“国博”做义工

本报讯 (记者武卫强) 从4月初至8月中旬,一支由高尔夫电动车、途锐混合动力车组成的车队,将为北京市民和来京旅游的中外人士提供免费的博物馆穿梭服务。该车队由3辆高尔夫电动车、10辆途锐混合动力车组成,车身上贴有“大众e起来,畅游博物馆”标志。

大众汽车全球第一个电动车示范车队率先在中国市场投入运行,对此,大众汽车集团(中国)总裁兼首席执行官倪凯铭表示,中国是大众汽车的第二故乡,作为全球建筑面积最大的国家博物馆,新落成的中国国家博物馆承载着中国人民的自豪感。大众汽车非常自豪,能为中国国家博物馆作出自己的贡献,这也代表着大众汽

车对中国社会长期的承诺与回报。他说:“大众汽车认为电动车技术代表了可持续交通方式的正确发展方向。我们的目标是到2018年成为全球电动车市场的领导者,为中国消费者提供买得起的电动车。”

搭载了面向未来驱动技术的大众汽车电动车示范车队,将每天早9点半到晚5点为游客提供既定线路的免费交通服务。示范车队从国家博物馆东门出发,经过天安门城楼、故宫博物院北门、景山前街和中国国家美术馆正门,最后回到国家博物馆东门,全程12公里。从9月开始,大众汽车电动车队将在其他7大城市进行示范运营,届时将有更多消费者亲身感受大众汽车的电动技术与面向未来的出行方式。

丰田中国首次任命本土高管

本报讯 (记者黄少华) 4月1日,在丰田公布“展望全球2020”十年发展规划不到一个月后,丰田(中国)就正式对外公布其最新的人事变动:丰田汽车公司常务北田真治就任丰田汽车(中国)投资有限公司总经理,董长征就任执行副总经理。董长征将全面负责丰田汽车在华的企业战略、政府事务、公共关系等事务。

这是丰田(中国)成立以来,首次将本土经理人提升到如此重要的职位。此前,该级别职位都是由日本人担任。加入丰田(中国)之前,董长征曾任克莱斯勒(中国)汽车销售有限公司行业与政府关系总监、北京奔驰执行副总裁。

丰田汽车公司常务佐佐木昭在接受媒体采访时表示:“自主管理、自主决策将成为丰田中国愿景的核心思想,丰田将进一步对丰田中国放权,在中国加速产品和研发、人才以及服务的本土化进程。”至2015年,丰田全球汽车销量将达到1000万辆,预计中国销量将占丰田全球总销量的

15%。2010年丰田在华销量仅为84.6万辆。也就是说,未来5年时间里,丰田在中国市场的年均增幅至少要保持13%以上。

“在10年发展规划里,中国是其唯一提出了明确目标的市场,这说明,中国市场将成为丰田未来10年发展的重点。”业内分析,此次人事变动体现了丰田坚持公司管理架构改革的决心。去年以来,丰田在全球范围内遭遇了一场前所未有的“召回门”事件,由于权力中心远离市场,造成丰田对各国市场缺乏理解,决策缓慢,暴露出丰田管理架构方面的缺陷。

事实上,丰田这个全球最大的汽车市场在中国的发展速度一直比较缓慢,不仅远远落后于大众和通用,更是被后来者日产和现代汽车所超越。2010年,这两家汽车集团在华销量分别为102万辆和109万辆,远远优于丰田在华的表现。

丰田变革管理模式,并制定全新的发展战略,这一切都可以看作是丰田这个保守的引领者的全新尝试。

途锐混合动力版: 电池蓄能低 性能不逊汽油版

试驾报告

本报记者 马连华

大众途锐混合动力版与新途锐一样搭载了机械增压V6 TSI 3.0升发动机,但最大功率由原来的213千瓦提升至245千瓦,最大扭矩达到440牛·米。发动机下部、发动机与自动变速箱之间安装了混合动力模块,它与离合装置、电动机集成为一体。发动机、混合动力模块和8速自动变速箱共同构成了途锐混合动力驱动系统。镍氢蓄电池组位于后备厢盖下放备胎的地方,额定电压为288伏,输出能量有1.7千瓦时,最高输出功率为38千瓦。

发动机与电动机同时工作时,混合动力系统的总动力输出可达279千瓦,最大扭矩达到580牛·米,最高时速可达240公里,从静止加速到时速100公里仅需6.5秒。踩下油门,轻柔的油门踏板让人感觉十分舒服,不过油门反应略微有点迟滞,迟滞过后才会传来迅猛的加速表现,可以轻松达到140公里/小时,在80-120公里/小时之间行驶时超车变线轻松自如。

混合动力系统的工作原理与其他品牌混合动力车类似,发动机驱动发电机电机为电池充电,同时可以回收刹车能量来充电。电量不足时,发动机会启动电机驱动车辆。如果采用纯电力驱动,途锐混合动力车的最高时速可以达到50公里/小时,实现零排放和较低的油耗。然而镍氢蓄电池的蓄电能力有限,如果全部用电力驱动并保持50公里/小时,其续航里程只有2公里左右。

大众官方数据显示,途锐混合动力车实现了193克/公里的二氧化碳排放和低至每百公里8.2升的油耗。但记者试驾的三天显示,当时速低于120公里、在综合路况下行驶时,油表显示的百公里油

耗在11.2升~11.7升之间,对一款3.0排量2.2吨重的大型越野车来说,这个油耗表现值得肯定。不过以140公里/小时行驶时,油耗会陡然增加,油表显示达到22升/百公里。

该车发动机安装了启动停车系统:长时间停车时会启动电子手刹,踩下油门后会自动取消电子手刹,挂入D挡后,不踩油门时车辆也不会行驶,保证行车安全。在走走停停的城市堵车道路上,这种系统也有助于减少油耗。

混合动力途锐也尽力保持越野功能。其3.0L涡轮增压V6发动机拥有小排量、可变气门定时、自动启动暂停、直喷、高压压缩比(10.5:1)等技术,底盘则装备了全轮驱动系统,并带有托森风格的中央差速器,最大牵引力为3.5吨,因此越野性能和爬坡能力都不错。空气悬架有运动、标准和舒适三种模式,可以满足不同的驾驶习惯。

除了混合动力系统,途锐混合动力车还有很多亮点,例如舒适的操控表现,方向盘很轻柔,阻尼恰到好处,转动时不费力气。刹车助力系统也非常贴心,轻踩刹车即有助力传来帮助踩下刹车。倒车辅助影像、电动记忆座椅、高级音响,并带有托森风格的中央差速器。

整体而言,途锐混合动力车的动力表现、操控表现和越野能力都不亚于普通汽油机版本。唯一的缺点是电池蓄电能力低、续航里程太短,带来的环保效果有限。



本报记者 王超

从去年年中品牌发布,到年底样车下线,再到今年年初的预热体验,上汽通用五菱对宝骏品牌的打造计划,正在按照既定方向推进。在产品愿景及产品规划逐步发布的过程中,宝骏品牌的首发作品——宝骏630也在不断进化。这款被上汽通用五菱寄予厚望的自主中级车,将在即将到来的2011年上海车展上揭开最后一层面纱。

对于上汽通用五菱来说,宝骏630不仅肩负着企业品牌升级和形象转型的重任,也承载着有一个多年研发经验的企业开发轿车的梦想。如何诠释宝骏品牌的内涵,与消费者拉近距离?如何体现优良的设计和品质,证明自身的市场价值,作为依托国际质量标准和管理体系?又兼具“国民车”特点的合资自主品牌,宝骏面临的难题并不少,但机会和希望也更多。

据了解,宝骏630长4597mm、宽1736mm、高1462mm,轴距2640mm,首批车型将搭载1.5L发动机。该车由通用御用设计师殷福瑞主导设计,取奔马思路,以上扬双翼为核心元素,体现飞扬进取的积极态度。上汽通用五菱为其设定了严格的产品质量和感知质量目标,并在人机工程、储物空间、多功能性等方面力求实现细分市场最好。

一个新生的品牌,其第一款车型能否成功,品牌形象的塑造至关重要。上汽通用五菱总经理助理兼销售公司总经理杨杰说:“今年宝骏630上市,我们的工作重点不是销量而是品牌,建立品牌的第一印象很重要。”他表示,企业为了强化新车上市所做的各种工作,都是为了让消费者接触产品的第一印象,这个第一印象主要涵盖三个方面——品牌打造、产品品质和

6款新车扎推 车市上演“B计划”

本报记者 黄少华

国内汽车市场一直有种说法,那就是“得中高端车市者得天下”。原因很简单,中高端车不仅能提升品牌形象,而且单车利润高。因此,几乎所有车企都把该细分市场作为企业发展的重中之重。

值得注意的是,近期将有6款重量级的高中级车型集中上市,包括北京现代第八代索纳塔、东风悦达起亚K5、长安福特新蒙迪欧、东风标致508、上海大众帕萨特NMS和一汽大众迈腾B7L。业内人士分析,这些车型的集中投放,或将改变雅阁和凯美瑞双雄对峙的局面,并一起将中高端车市场的蛋糕做大。

早在2004年,凭借“与世界同步”的概念和直降4万元的勇气,雅阁曾经加价数万元仍一车难求,成为中国高级车市“风向标”式的车型。2006年,雅阁在全球市场上的竞争对手凯美瑞高调上市,并一改雅阁一统天下的局面,国内中高端车市出现双雄对峙的局面。

从2009年开始,随着新天籁、帕萨特领驭、迈腾、新君威和新君越等车型的发力,中高端市场的竞争变得异常激烈,

价格出现大幅下滑,个别车型已经进入15万元区间,与部分中级车价格出现重叠。2010年,雅阁单车销售17.2万辆,凯美瑞也达到了16.1万辆,同比仍有小幅增长。与此同时,新天籁和帕萨特领驭的销量也分别达到了14万辆和13万辆。也就是说,中高端车市场的蛋糕越做越大了。

“雅阁”的辉煌,其他企业看在眼里,妒忌在心里。凭借这两款车的热销,广汽本田和广汽丰田曾一度荣膺最挣钱和利润率最高的汽车企业之一。发力中高端车市包括大众、现代起亚等在内的所有汽车企业的重头戏。巧合的是,这些企业不约而同选择在上海车展这个时间节点上发布,各款车型你方唱罢我登场,中高端车市也进入“史上最活跃期”。

“很难用三言两语来说清这款车型对企业到底有多重要。”和索纳塔一样,K5同样承载着东风悦达起亚突破品牌桎梏的梦想。东风悦达起亚销售本部副部长蒋滨滨形容K5“比雅阁更年轻,比凯美瑞更豪华”,赋予消费者高于中高端车型的价值享受。但她同时也坦言,品牌是K5最大的挑战。

一车多能 五菱宏光开辟MPV新蓝海

本报记者 马连华

“别人以为这车卖9万多元,其实才卖5万多,开着它去见客户很有面子。”一位消费者用这样的描述五菱宏光的优点。上汽通用五菱的调查显示,不少五菱宏光的车主用“大气、时尚、功能多、空间大、乘坐舒适、性能好”等字眼来评价五菱宏光。销售数据则显示,自去年上市以来,五菱宏光的月销量已经攀升到了1.5万辆。

上汽通用五菱的相关人士介绍说:“我们做的市场调查发现,近年来MPV的销量一直在增长,MPV的设计潮流也逐渐从纯商务用车过渡到商务兼顾家用。定位偏向于家用、兼顾商务功能的MPV成为不少消费者购买第二辆车的首选。预计这类车型的潜在需求超过80万辆。”设计人员介绍,微型客车和中低端商务车车主在换购第二辆车时,由于家庭成员多或者公司员工多,会更加偏向于选择价格实惠的多功能MPV。

但是,传统MPV却无法满足这种需求,因为传统MPV的价格和使用成本较高,例如别克GL8、本田奥德赛等车型售价都超过20万元,维修保养成本也较高。微型客车虽然能满足载人多和高性价比的

需求,但由于先天设计的原因,外观和舒适性都不能满足消费者需求。例如微型客车的发动机大多安装在驾驶座椅底下,无法带来舒适的驾乘体验,其外观设计也不够时尚大气。

瞄准这一市场空缺后,设计人员提出了一个思路,设计一款独特的跨界MPV,把轿车的舒适性与商用车的多功能性结合在一起,既满足大家庭的家用需求,也适合二三线城市的道路状况,做到宜商、宜家 and 宜行,同时保证价格不能太贵,售价大约在5万~6万元。“当时我们提出了四个要求:一是买得起,价格不能太贵,同时保证配置丰富;二是用得起来,油耗不能太高、维修也很便宜;三是空间大,车内能轻松乘坐8个成年人;四是档次高,外观设计要大,驾乘感如何同轿车。”

在这种思路指导下,技术人员开始研发五菱宏光,它采用通用GVDP全球整车开发流程,并用一年半时间与莲花工程汽车底盘调校体系合作。外观采用了轿车的设计元素,前脸格栅和轮拱等部位都很时尚。车体采用静音NVH技术,怠速时发动机噪音仅有43分贝,80公里/小时行驶时也只有68分贝。车内空间很大,能坐下8个成年人,并有多种座椅组合方式。

“在设计之初,我们就把五菱宏光定位为陆上经济舱”。

“由于采用了与微型客车完全不同的设计理念。五菱宏光的驾乘舒适性都如同一款轿车。”设计人员说,五菱宏光是20万元以下车型内唯一采用了发动机前置后驱技术,使得操控和加速循迹性能更好;其后悬架更是采用了20万元以上的轿车才会使用的五连杆摆臂悬架,并与莲花进行了1年半的底盘调校合作,驾驶感充满韧性和刚性。安全方面,它完全按照E-NCAP标准设计,车门采用激光焊接技术,中后部车架布置了大量横梁和防撞钢梁。安全配置包括ABS+EBD、双安全气囊、每个座位都有安全带、倒车雷达、后窗加热、雨刮、儿童锁、行车自动落锁等。

这样一来,五菱宏光集轿车、微客、MPV的优点于一身。与轿车相比,五菱宏光有更大的空间,并兼顾娱乐和休闲多功能。与微客相比,宏光有轿车的乘坐舒适性、操控性以及安全性。与传统MPV相比,宏光保持了5万~6万元的低价格,维修和使用成本都很低,百公里油耗只有7升。技术人员表示,五菱宏光开辟了一个全新的细分市场,这款跨界车型与众不同、物超所值。