

2009长沙车市“半程十强”出炉

■记者 樊超 何尚武 实习生 罗仕

盛夏，各大车商都在忙着总结今年上半年的得失，各种销量排行也随之见诸各种媒体之上。根据乘联会最新数据显示，在全国范围内，一汽大众、上海大众、上海通用、北京现代、东风日产、奇瑞汽车、比亚迪、广汽本田、一汽丰田、长安福特成为了2009年市的“半程前十”。而在极具消费个性的星城，车市又会是一番什么情景呢？继本月初，本报率先披露了2009上半年长沙车市十大畅销车型之后，本期，记者结合权威上牌数据，将为本土消费者和车商们揭开上面的谜底。

“全面发展”成就冠军

若干年前，记者曾经相当得意地借用某车商“一花独放不是春”的感慨点评过伊兰特。而这次，东风日产看似意外的夺冠似乎再次证明了这句话的正确性。在上期公布的2009上半年长沙车市十大畅销车型中，东风日产旗下没有“前三”的明星，天籁和颐达仅排在第九和第十名。即便换个算法，把颐达和骐达销量相加，TIIDA的成绩也能挤进前五，但在伊兰特、捷达和比亚迪F3的耀眼光环下，东风日产的成绩并不显眼。所以，东风日产凭借4110台的上牌量夺冠似乎愈加证实了这种反差的强烈。

回过头来总结东风日产的“成功经验”，其他车商不得不佩服东风日产的实力和“用心”。在各个细分市场，东风日产都没有

明显的短板且表现稳定。今年4月新轩逸上市，一举跃升为中级家轿的领军品牌；新天籁连续数月保持高增长，稳居中高级车前三甲；颐达和骐达两兄弟一直是“车市风向标”的常客；骊威处在车型战略的价格低端，表现也时常令人惊喜；而奇骏和逍客则成为了城市SUV市场不可小觑的“兄弟连”，对东本CRV形成夹击……毫无疑问，正是东风日产在各个细分市场的全面发展成就了它的冠军地位。

不过，记者仍然坚信“时势造英雄”。论实力，上海通用和一汽丰田的车型并不比东风日产少，可上海通用近两年正碰上多款车型换代，一汽丰田则始终坚持“利润至上”，东风日产夺冠实乃命也。

日系军团仍然凶猛

除了冠军，本次十大品牌排行中，一汽丰田、广州本田和东风本田也赫然在列。这不得不令记者感叹，日系军团在星城消费者的心目中依旧强势，“日、美、欧之争”这个车坛老生常谈的话题始终值得一提。

大部分的消费者都认为，日系车与美系车、欧系车因各自的造车理念不同，促成了其在技术、安全、科技、经济、舒适、时尚等方面的不同诉求，也造就了各自不同的消费群体，三者之间的纷争也从国际打到国内。有媒体人士戏称，因各自不同的理念而促成车辆本身存在的较大差异，使得买美系车的人不会关注日系车，买日系车的人也很少对美系车、欧系车有偏好。

然而事物总是处在不断的

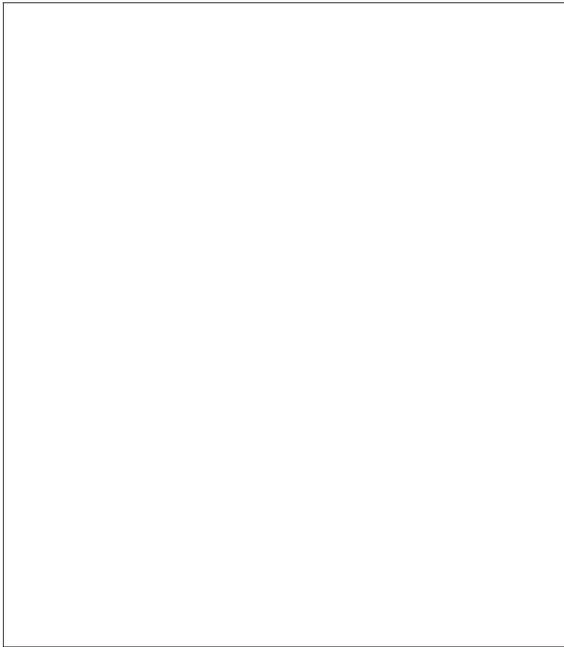
发展变化之中。随着社会的逐步发展，技术的趋同，设计跟人文理念，包括世界消费潮流都在趋同，因各自的造车理念的不足而产生的鸿沟正在不断消融，美系车、欧系车与日系车之间的差别也不可避免地越来越小。日系车追求的经济性、舒适性、时尚性，美系车、欧系车都正加快脚步跟随乃至追赶；而日系很多企业也在驾驶操控性、安全性等技术方面开始打破欧系车的垄断地位。随着市场竞争的不断深化，相互取长补短是大势所趋。如果哪天，自主品牌也诞生了集日系、美系与欧系优点大成的车型，你可千万别意外。

自主品牌还有期待

提到自主品牌，数据真的令记者备感欣慰。在全球竞争本土化的今天，比亚迪和奇瑞的“十强在列”为国人保留的是世界级汽车企业的梦想。

在5万元以下小型轿车和5万—10万元紧凑型轿车两大细分市场，比亚迪F0和F3夺冠已经是常事。对于汽车厂商而言，旗下拥有一款畅销车型是件很骄傲很幸福的事情。但是要开发出一款这样的产品，自主品牌需要付出多少，车商的心里清楚。说到自主品牌，很多人还常听到的一句话是，“如果没有吉利，中国人也许还在开10万元一台的桑塔纳。”

在今后的日子里，比亚迪和奇瑞为代表的自主品牌不仅肩负着稳居“前十”的重任，还面临持续提升技术含量和往高端纵深发展的战略挑战。



十强榜的出台刺激民众的购买欲(资料图片) 记者 龚磊 摄

长沙市新车上牌品牌排行榜 (01.01——06.30)

第一名	东风日产	4110台
第二名	一汽大众	3725台
第三名	上海通用	3638台
第四名	一汽丰田	2613台
第五名	北京现代	2595台
第六名	比亚迪	2413台
第七名	广州本田	2167台
第八名	奇瑞	1830台
第九名	上海大众	1677台
第十名	东风本田	1247台

□一周车评

能源博弈：

革命派与改良派的冰火两重天

刚跨进下半年车市门槛，两条和汽车节能有关的新闻也吸引了许多人的注意。一条是美国通用申请破产保护引发业界热议，许多人将其破产原因归咎为高油耗的车型和徒劳无果的新能源战略；另一条则是大众中国的“大众TSI+DSG”技术即将在国内全面开花，其动力强劲节能的TSI涡轮增压发动机和“比手动挡更省油”的DSG双离合技术引发媒体热议，据大众汽车集团中国总裁兼CEO范安德表示，这一搭配还将在年内搭载到速腾、新高尔夫等众多新车上，全面在中国市场普及。

在一些业内人士眼中，这两则消息已经足够说明这样一个事实：通用和大众这两大百年汽车品牌在能源领域的较量胜负已分，“革命派”美国通用遭遇到无法突破的瓶颈，而“改良派”德国大众取得了自己阶段性的胜利。

在通用汽车申请破产保护后，许多美国媒体为这一结果寻求着自己的答案：在本土市场上，由于车型油耗高，通用的“大车”舒适概念已被日式车的节能概念击垮，在美国市场的份额从高峰时的50%以上，一直降到如今的不足20%；新能源上押宝氢动力，却迟迟难以实现产业化，砸下巨额研发资金没有产生任何效益。最终，美国通用走到破产困境，显然必须对自己的新能源战略做出检讨——仅仅是氢动力车一项就耗了其百亿美元以上的研发资金，其市场化的产品却迟迟未能出现；而由于迷信于革命性的新能源产品将问世，即便是市场份额急剧下滑、甚至到濒临破产的今年，其也未对自己高油耗的“大车战略”做出任何改变。

与此相对的，另一家“百年老店”德国大众却仿佛在这个夏天接连收获了来自新能源领域的全部好消息。一方面，其针对节油方面推出的“TSI+DSG组合”已在国内迈腾车型推出，下半年还将在第六代高尔夫车、朗逸、速腾等车型上全面搭载，全面扫荡国内车市；另一方面，德国大众与比亚迪针对新能源汽车项目签订了合作协议，后者在全球动力电池技术上处于领先水平，而这也是大众继三洋、东芝之后联手开发汽车电池的第三家合作企业。

从某种程度上说，通用的失败更像是缘于美国人的自负，对于新科技的盲目迷信使百年通用巨人并没有坚持到氢动力车普及的那一天便轰然倒下；大众的胜利恰恰来自于德国人的严谨，经历过数次工业革命洗礼的他们依靠保持着谨慎保守的科学态度，并最终通过技术改良而形成了自己更为强大的产品竞争力。

作为上个世纪同被国人称为“油老虎”的美系车与欧系车代表，“革命派”通用和“改良派”大众迥然不同的现状显然值得国内许多欲豪赌“新能源”的车企深思，否则，我们也只能如杜牧在《阿房宫赋》中所言，“后人哀之而不鉴之，亦使后人而复哀后人也。”

■记者 何尚武