

自主品牌艰难挺进中端

排名	小型轿车		紧凑型轿车		经济型轿车		中型轿车		高级轿车		豪华车		SUV	
	5万元以下		5万-10万元		10万-15万元		15万-20万元		20万-25万元		25万元以上		不限价格	
	车型	上牌	车型		车型	上牌(台)	车型	上牌(台)	车型	上牌(台)	车型	上牌(台)	车型	上牌(台)
1	比亚迪F0	21	比亚迪F3	68	伊兰特	100	卡罗拉	78	雅阁	43	奥迪A6 皇冠	10	思威CRV	33
2	熊猫	10	捷达	56	凯越	48	思域	32	天籁	33	宝马3 宝马5	8	猎豹	19
3	夏利 QQ6	6	乐风	45	锋范	35	轩逸	28	凯美瑞	31	奥迪A4	6	RAV4	17
4	奔奔 QQ3	4	奇瑞A5	30	骐达	29	科鲁兹	26	马自达6	27	沃尔沃S80	3	汉兰达	16
5	北斗星 江南奥拓	3	骊威	22	宝来	25	明锐	22	新君威	22	赛威	2	逍客	11
6	SPARK 绚丽	2	飞度 自由舰	14	颐达	19	世嘉 速腾	21	君越	19	奔驰C CTS	1	帕杰罗 奇骏	10
7	QQ ME	1	旗云 威志	12	比亚迪F6	18	福克斯	20	锐志	9	空缺	0	途胜 陆风X6	8

经常留意本报车市风向标栏目的读者和车迷可能都注意到了一个现象,“10万元是道坎”,10万元以下市场是自主品牌的地盘,10万元以上市场则是国际品牌说了算。换成消费者的角度来解读这种现象,就是“买10万元以下的车,自主品牌还可以考虑;买10万元以上的车就甭想了。”这确实是值得国内自主品牌车商深思和亟待解决的问题。今年上半年的车市风向标栏目上,记者也曾就此问题专门介绍过奇瑞、比亚迪、吉利等厂商的举措:奇瑞推出了高端品牌“瑞麒”、“威麟”;比亚迪硬顶开篷跑车S8投入量产;吉利规划的中高端首款车型帝豪EC718也已面市……

而从本期车市风向标数据演绎的车市格局来看,自主品牌们的努力是有的,但真正做到

“登堂入室”的还寥寥无几。这一周,比亚迪F6凭借18辆的上牌量挤进了伊兰特、凯越、颐达等众多“10万元级上牌冠军”的行列中,显示自主品牌们没有放弃努力。而记者更愿意把关注投向虽然还没能上榜,却已经摸到门槛的“潜力股”们。本周,奔腾B50上牌13辆,荣威550上牌12辆,风神S30上牌8辆。奔腾B50和荣威550并不是新车,他们上不了榜是因为所处细分市场的对手太强,国人的消费理念也没有完全扭转过来;而风神S30作为一款上市不到一个月的新车,能有如此成绩已经堪称惊喜。

另外一个方面,当自主品牌艰难向中端挺进的时候,外资品牌也在完成全线进入高端市场的布局后,把部分车型价格降到了10万元以内,如乐风、骊威、飞度等,它们逐步将产品线向低

次,初步的并购方案是,将新中航旗下的哈飞汽车和昌河汽车,整体装入长安汽车。据报道,中航方面认为,与PSA(即标志雪铁龙集团)的合作是整个哈飞层面的,新中航与PSA下一步在合资车型、生产基地等等方面的合作,有很大的空间和可能。但近

长沙市新车上牌前十名排行榜(08.10—08.14)

排名	车型	上牌量(台)	最低价格(万元)
1	伊兰特	100	9.38
2	卡罗拉	78	13.18
3	比亚迪F3	68	7.18
4	捷达	56	7.88
5	凯越	48	9.38
6	乐风	45	7.39
7	雅阁	43	19.98
8	锋范	35	9.68
9	天籁 CRV	33	19.08 18.98
10	思域	32	12.98

上述最低价格仅供参考,以经销商实际成交价为准。

端延伸,自主品牌的压力也越来越大。曾有经销商戏言,“如果卡罗拉降到9.98万元起售,自主品牌都不用玩了”。试想一下,当丰田的品牌价值在中国回归到合理的地位,上面的戏言并非没有可能变成现实。所以,“突破10

期又有媒体称,中航汽车高层表示,此前双方在近两个小时的交谈过程没有就“成立合资公司达成一致意见”。

目前哈飞正和PSA重启合资谈判,长安拿下哈飞后还可与PSA取得间接联系,PSA也乐于“傍”力量更强大的中方伙伴。问

万元,跨过10万元”,留给自主品牌们的时间其实并不多了。

来自长沙市车管所机动车上牌的统计数据,8月10日到14日新车上牌总量为2397辆,较上周微增21辆。

■记者 樊超

题是,PSA与第一个合作伙伴神龙汽车运作不太顺利,而长安的合资企业长安铃木、长安福特也并非一帆风顺,“长安+PSA”将是怎样的局面,这也为国内车市未来的走向留下巨大的想象空间。

■记者 何尚武

实习生 赵靛 整理

一周关键词

声音

“我们的汽车都是外国牌的,几乎没有像样的自主突破,我们80%以上甚至90%以上的品牌都是国外的品牌。”

——国家发改委能源研究所副所长李俊峰认为,中国新能源汽车产业应该吸取传统汽车产业的教训,中国是一个汽车制造大国、消费大国,但还不是汽车品牌大国。

“我轻松看待沃尔沃出售”。

——即将被福特出售是沃尔沃目前的焦点问题,近期国内包括奇瑞、吉利、长安和东风等汽车集团均传出准备收购沃尔沃的“绯闻”,沃尔沃中国首席执行官柯力世则表示,包括中国这样的新兴市场去收购欧洲传统汽车市场的品牌,其实也不是新鲜事,在汽车行业也有这样的案例。

“要对我们新能源汽车的开发有充分的自信,不要过于依赖国外,避免重复走以前传统车的老路,这是我们面临的挑战,总体来说就是如何来掌握自主的核心技术。”

——国家863节能与新能源汽车重大项目专家组的组长、清华大学教授欧阳明高博士对于目前各地兴起的新能源汽车热潮,表达了担心。

数字

“20、30年”

——上海国际汽车城总经理荣文伟认为:“中国的一些核心技术跟别人的差距还有大概20、30年这么一个距离,而且短时间内很难超越。新能源这块来讲,我们现在跟国外都面临着共同起步的阶段,应该说从这个意义上讲,就是我们实现超越的可能性更大。”

“NO.1”

——刚刚过去的上半年,我国汽车产销总量都达到了世界第一。

“7%—8%”

——国务院发展研究中心产业经济部部长刘世锦表示,在我国汽车产业快速增长的新格局下,汽车产业在今后10—20年里,都将以7%—8%以上的较高速度增长。

“15%”

——只要质量,丰田放弃占领15%全球市场目标。近日,丰田宣布放弃公司原定的占领全球汽车市场份额15%的雄伟目标,转而将重心回归到汽车质量与用户需求上。

■实习生 赵靛 陈嘉惠 记者 何尚武 整理

(上接C01版)

长安或可间接牵手PSA

日前就有媒体报道,哈飞汽车与标志雪铁龙集团(PSA)可能于9月份签订最终合资协议书。长安方面也对收购哈飞和昌河态度积极,双方已经接触多

车主力证:奔腾 B50 用着很“超值”

今年上半年车市竞争激烈,尤其国家利好政策的推出,众多车企不约而同力推1.6L及以下排量车型,经济型轿车市场不可逆转地陷入了白热化竞争的苦战。然而在群雄割据、鱼龙混战之中,一汽轿车新推出的奔腾B50却脱颖而出,销售极其火爆,上市当月即演绎热销传奇,1个多月时间全国范围内订单已经过万份。

这一点,记者在一汽轿车经销商处也得到了印证。奔腾B50人气高涨,消费者的问询经常让经销商应接不暇,新订单也是源源不断。消费者和市场的热捧使奔腾B50成为当之无愧的“1.6L之王”。

一款刚刚上市的新车却能引发一场车市风暴,奔腾B50的热销自然引人关注。为破解奔腾B50缘何热销,记者走访了几位奔腾B50车主。他们一致反映,奔腾B50这款实实在在的“全面越级车”用着很“超值”。

全面越级,魅力“超值”

韩先生是奔腾B50的忠实用户,他笑言自己是奔腾B50最早的粉丝,奔腾B50在上海车展上第一次亮相时,其全面越级的魅力就吸引了自己。奔腾B50刚开始接受预订他

就第一时间下单,并如愿以偿地成为奔腾B50的第一批用户。

作为一位在机关上班的工作人员,韩先生非常在意自己的座驾是否与身份相衬。而奔腾B50得益于奔腾B70共同的车身结构,轴距为2.675m.,车长为4.600m,车宽1.785m,超大的内部空间在同级车中最大,打破了一般人对于经济型轿车空间狭小的看法,也满足了韩先生对于超大空间的渴求。

韩先生还表示,在众多同级别竞争对手还在为配置4速还是5速变速箱争执的时候,奔腾B50已经配备了6速手自一体变速箱,将变速箱规格一步到位的提升到了最高级别,确保了车辆的动力性、经济性及行驶的平稳性。

此外,奔腾B50采用了与新Mazda6(睿翼)、奔腾B70相同的轿跑车底盘平台,从而传承了“弯道之王”的美誉。韩先生用“车随人动,人车合一”来形容奔腾B50在弯道上的表现,“操控起来得心应手,入弯时整个车身非常紧凑,尾部的随动很快,出弯也干净利落,甚至不用很低的速度就可以完成。”

“完美兼顾驾驶乐趣和使用需求”。这是韩先生如今对自己爱车的评价。

油耗低保养放心,成本“超值”

记者走访的另一位奔腾B50车主孙先生是一名私营业主,常常驾车行走于城市大街小巷的他,更关注爱车的使用成本。“一辆车的使用成本低才能算超值!”他这样向记者介绍自己选择奔腾B50的初衷。

奔腾B50的低油耗让孙先生最为满意,用他自己的话说就是,“开着奔腾B50不用担心油价上涨,它再涨我也舍得给油。”奔腾B50前低后高的楔形车身和低矮的流线造型,配合大气的前中网和动感的腰线设计,将家用轿车的稳重与轿跑车的动感巧妙结合,风阻系数达到了超乎想象的0.28。此外奔腾B50是国内首款将车身轻量化技术成功运用到量产车型的轿车,很多非关键部位采用了轻量化材料,这使得奔腾B50的90km/h等速油耗只有6.0L左右。

除了低油耗,孙先生对一汽轿车在全国率先推出的全新售后服务模式——“管家式服务”也非常满意,他认为这关系着奔腾B50以后的维修保养和备件备品的更换成本。“管家式服务”让孙先生可以放心做“主人”。

“我购买了奔腾B50以后,一切事情都交给销售服务中心来办,销售服务中心就是我爱车的贴身‘管家’。一汽轿车在全国范围内有130余家4S店,随时可以为我提供销售、维修、保养、救援、备件供应等各项业务。”孙先生如是说。

时尚科技 享受“超值”

吴小姐也是奔腾B50的第一批用户。谈起爱车,吴小姐对奔腾B50的时尚配置津津乐道。“A级车的价格,B级车的享受,让我如何不爱它!”

吴小姐最满意的是奔腾B50的3G科技生活配置。“在路上已经成为我生活的常态,驾驶时我也需要享受生活。我选择的车要时尚、要舒适,这是我高品质生活的一部分。”

对于这一要求,吴小姐说奔腾B50完成的相当出色。奔腾B50的3G科技生活配置集成了GPRS通信、移动电视、GPS导航、多媒

■记者手记:

作为汽车市场的主宰,众多消费者不约而同的选择了奔腾B50绝非偶然。而众多车主的使用体验也揭示了奔腾B50热销的奥秘所在。

在激烈的市场竞争中,只有以消费者为中心,满足消费者更高级别的需求,为消费者提供超值的产品和服务,才能够最终获得消费者的信赖和支持。奔腾B50的“全面越级”,正是实现了超越消费者心理期待这一目标。也正因此,作为最大受益者的消费者才会投桃报李,力捧奔腾B50坐稳“1.6L之王”宝座。