

热销车型角逐年度大奖

2010 年度风云车型评选活动火热进行中

□记者 杨运栋

本报讯 由本报发起的 2010 年度周口车市风云车型评选活动在汽车行业和消费者中间产生了极大影响,并引得多方参与和关注。目前,活动正在火热进行中。

风云车型评选活动的消息一经发布,我市东风本田周口瑞盈 4S 店、比亚迪汽车周口亿顺五星 4S 店、东风日产周口威诚专营店、雪铁龙汽车周口唐风 4S 店、悦达起亚周口嘉

士通 4S 店、广汽本田周口得邦 4S 店、北京现代周口长达 4S 店、周运集团汽车超市、上海英伦汽车周口同盛店许多经销商纷纷打来电话,向组委会推荐今年销售创雪佛兰汽车周口新希望 4S 店、上海通用别克周口新未来 4S 店等业绩较好的车商,都积极要求参加风云车型的角逐。车商们表示,周口日报社作为本地主流媒体,发起的 2010 年度风云车型评选活动,是汽车行业又一新力作。这不仅是对 2010 年车市的梳理总

结,也将为消费者提供完备的购车参考,成为引领周口车市发展的风向标。

评选活动让消费者中间同样引起了很大反响。不少市民打电话询问什么车型好,评选结果什么时候揭晓。准备春节前买车的陈先生称,现在车型多得让人眼花缭乱,真不知道怎么选才好。他想早点了解权威媒体评选出来的风云车型,据此购买中意品牌和车型,可以省去不少麻烦。

SUNNY 阳光“灿烂”周口威诚

上市发布会当天订车 16 台

□记者 杨运栋 通讯员 韩旭

本报讯 2011 年 1 月 8 日,“阳光闪耀,灿烂共赏”新世纪中级车 SUNNY 阳光周口上市发布会在东风日产周口威诚专营店隆重举行,周口威诚的老老客户齐聚一堂,共同见证了第十代 SUNNY 阳光的炫动上市,精彩纷呈的上市发布会激发了每位嘉宾的热情,现场预订 SUNNY 阳光 16 台。

上市发布会场面火爆

用“火爆”形容 SUNNY 阳光周口威诚专营店上市发布会现场真的很贴切。发布会定于当天 15 时举行,但记者 14 时赶到周口威诚时,原本宽敞的展厅已是热闹非凡、座无虚席。现场工作人员介绍,很多客户听说上市发布会的消息后,上午就迫不及待地赶了过来。虽然没有一睹第十代 SUNNY 阳光的庐山真面目,但是一位急于外出的客户还是果断地下了订单。销售部张经理称,在这次发布会之前,尽管新车还未到店,但周口威诚已接收 26 张订单。来自市直一单位的张先生已在网上关注新阳光很久了,上市后公布的价格比他预想的要低很多。在现场感受之后,他当即和妻子商定,用自家刚开了 2 万多公里的车折价置换一台新阳光。在发布会现场,上市新车的帷幕拉开之后,一位客户反复询问主持人这台样车的价格,表示当即现款开走样车。在被婉拒之后,他只好非常遗憾地下



单预订。发布会结束时,周口威诚共收到了 16 张 SUNNY 阳光订单,该店内的其他车型也搭了班顺风车,收获不菲。

SUNNY 阳光 值得拥有

第十代 SUNNY 阳光采用了跃动流畅的线条设计,勾勒出简约有力的腰线轮廓和更具肌肉感的车尾造型,同时辅以虎眼式锐利前大灯的点缀,让车看起来充满力量感,而精心打造的全新大型格栅,看起来更为大气。据介绍,新阳光针对腿部空间做了加长设计,使其拥有同级最长的 2600mm 轴距,造就了 636mm 最大

后排腿部空间。头部空间的曲形穹顶设计,令车内空间得到进一步的扩展与提升,减少了行车的压抑感。

同时,第十代 SUNNY 阳光应用了多项高端智能科技,配置更显人性化:一键式启动系统让启动操作与出行更便捷;双模式后排出风系统采用两种变速控制模式,加速车内循环,为后排乘客提供更为贴心的细致关照。另外,第十代 SUNNY 阳光每百公里 5.8L 的高节能性也更让人心动。心动不如行动,要想全面了解第十代 SUNNY 阳光,你最好到东风日产周口威诚专营店去体验和感受一下。

2010 年 中国汽车产销量 蝉联全球第一

2011 年 1 月 10 日 中国汽车工业协会发布

2010 年中国汽车产销量 (万辆)

1826.47 ↑ 32.44%

1806.19 ↑ 32.37%

其中
乘用车



1389.71 ↑ 33.83%

1375.78 ↑ 33.17%

商用车



436.76 ↑ 28.19%

430.41 ↑ 29.90%

产量

销量

↑ 同比增长

孟丽静 编制 新华社发

车企对 2011 年市场有信心 排产增幅达 20%

最近,陆续有一些汽车企业披露 2011 年排产计划,增长幅度大都在 10%~20%,与 2009 年和 2010 年实际增长相比,这个幅度不算大,但是,与一些专家悲观的预测相比,反映出汽车企业对 2011 年汽车市场的判断比较稳健。

2011 年汽车市场确实存在一



些难以预测的因素,比如宏观调控对汽车市场的影响,一些地方可能采取限购、限行政策等等。

2011 年,汽车市场一个重大的变化就是小排量购置税优惠、汽车下乡、以旧换新等政策退出,许多人担心这个变化会对汽车市场产生较强的冲击。其实从 2010 年的汽车市场走势看,小排量购置税优惠政策的刺激作用其实已经很弱。2010 年 5~7 月间,汽车销售出现滑坡,有人甚至惊呼“拐点”,8 月以后,对节能型汽车补贴 3000 元政策出台,汽车市场有所振作。2009 年,1.0 升及以下排量乘用车增长幅度达到 79.69%,1.0~1.6 升排量乘用车增长

幅度是 69.14%;2010 年 1~10 月,这两个增长幅度变为 52.54% 和 28.76%,大排量的汽车销售增长幅度则超过了小排量。所以,小排量购置税优惠政策的退出对汽车市场影响很小。

2009 年,交叉型乘用车增长 83.39%,2010 年 1~10 月这个增长幅度降为 28.14%,已经显示出政策的边际效应。2011 年,交叉型乘用车市场的增幅会继续滑落,但是还会在 10% 以上。

2011 年是“十二五”的开局之年,“十二五”的核心理念是转变经济发展方式,突出扩大消费的重要地位,汽车消费占有重要地位,优惠

政策的退出并不代表政府不鼓励汽车消费,而是实际的市场增长已经远远超出预期。原来汽车产业振兴调整规划的目标是年增 10%,但是 2009~2010 年的实际增长都超过 30%,已经不需要再刺激。

二三线汽车市场继续显示出强大的活力,比如山东,济南和青岛是山东最大的两个一级市场,2009 年,两地轿车上牌量分别达到 93616 辆和 93248 辆,同比增幅均为 58%。以潍坊、临沂为代表的二级市场异军突起,成为山东车市新的增长点。潍坊 2009 年轿车上牌量高达 88886 辆,同比增长 91%;临沂上牌量为 65483 辆,增幅接近 80%;全年

销量超过 4 万辆的地市还有烟台、淄博和济宁。类似的情况各省都有。最近有的企业开始探讨 4~5 级市场的开发问题,说明汽车市场在向更低一些行政区划发展。

辞旧迎新之际,一些企业相继发布新车,比如新一代索纳塔、新款雅阁、新一代阳光、新帕萨特等等,显示出各企业对 2011 年市场的期待。

企业对市场的判断更加理性。2010 年初,比亚迪提出产量翻番的目标,由于市场的变化,在年中不得不调低目标。今年,比亚迪的销售目标是增长 20% 左右,比较低调,但是肯定会有实实在在的增长。

(综合)