

全国乘用车联席会预测：

今年车市增速将达 10%

经过了一季度的波动,全国汽车市场走势日渐清晰。日前,全国乘用车联席会(以下简称“乘联会”)方面表示,从目前的情况来看,增加使用成本,降低车辆使用强度的政策最早年底才会实施,所以今年汽车市场的增长率将为10%。此前,各大机构及业内人士对今年车市增长率的预测普遍低于10%。

乘联会的数据显示,3月全国广义乘用车产销量分别为177.12万辆和170.28万辆,环比增28.5%和29.1%,同比增4.0%和7.7%;1~3月,全国广义乘用车产销量分别为475.19万辆和487.54万辆,同比增8.9%和10.5%。

乘联会秘书长饶达表示,3月第一周销量与预期的差距较大,但市场逐月走强。对于4月,饶达认为,4月是小月,共计21个工作日。

此外,4月有北京车展,海量的广告和很多新车的发布,对刺激消费作用巨大。不过,考虑到4月是第二季度的第一个月,厂家和经销商的优惠不会高,这在一定程度上也会影响销量,因此4月的销量在一般情况下不会超过3月。

“大城市恐慌购车的风潮愈演愈烈,如杭州仅在3月25日一天就收到了7万辆订单,目前有限购传闻的城市有十几个,恐慌性购车今年可能增加的销量将达50万辆,这就构成了汽车市场继续高速增长的基础。”饶达分析说。

据了解,2013年车市的表现与前两年形成了鲜明对比,2011年和2012年的国内汽车产销增速从2010年的超过30%一下跌入低谷,增长率仅分别为0.84%和2.45%、4.63%和

4.33%。但2013年中国汽车销售2198.41万辆,同比增幅达到13.87%。不过,对于今年车市,来自汽车产业相关部门以及行业机构、车企在去年底和今年初的预测显示,在更多不确定性因素影响下,今年中国汽车市场将放缓增长。

其中,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)方面表示,在综合行业主要企业的预测意见,以及结合宏观经济发展趋势的基础上,中汽协预测今年增长率约为8%。

中汽协表示,做出这样预测的依据是:今年国内宏观经济总体稳定,消费层面的信心会进一步增强;同时,国内迅速扩张的汽车消费刚性需求仍然存在,新型城镇化的推进催生更多购车需求和汽车消费升级。与中汽协的乐观

相比,国内多家汽车分析机构以及车企则表示看淡今年市场行情。乘联会就认为未来行情并不太乐观。

饶达认为,相关政策制定出来后再实施,最快也要到三季度,而且实施的力度不会大。“根据这个估计,预计今年的汽车市场增长率为10%,其中乘用车为13%左右。”饶达同时表示,增加使用成本和降低机动车使用强度的政策一旦实施,今后我国汽车市场可能不会再有两位数增长。

(据《北京商报》)

新歌诗图即将上市

或许您已经有过多辆不同种类汽车的使用经历,或许您已经对那些万变不离其宗的所谓大改款和小改款感到麻木,又或许您不想成为马路上千篇一律的其中一员,那么一台集劲爽驾控、舒适享受、实用空间、高通过性、时尚运动外形和多功能型轿车于一身的跨界车型,歌诗Crosstour,将会是您人生最正确的选择之一。

2014年4月19日,全新一代歌诗图震撼

亮相!

“20岁的锋芒,30岁的激越,40岁的致远”,SUV的四驱操控性与安全,豪华轿车的宽适空间与科技座舱,轿跑车的强劲动力,跨界美学外观,这或许只是对新歌诗图的部分诠释。

智能屏互联系统,全面探知的前后8探头雷达,倒车影像导线动态指引系统,后视

动态提醒系统,盲区显示系统,DWS胎压监测系统,智能一键启动系统,后行李厢遮盖板……这些将是新歌诗图带给你的全新体验。

4月19日,广汽本田周口得邦新歌诗图上市会正式发布,邀你一起共赏新歌诗图的风采!

(歌诗图)

你不知道的雪铁龙 C4L 科技秘密

马年伊始,东风汽车收购PSA集团14%股份一事尘埃落定,引发中国汽车界热议。看好者有之,怀疑观望者亦有之,但各方均认为,东风汽车此举,意在掌握PSA的核心技术,通过神龙公司反哺东风,给未来发展加码。

其实,观察神龙公司近年来的举措,无论是2012年提出“E”动战略,或是2013年技术标杆车型——东风雪铁龙C4L的推出,我们都不难发现其提升技术实力的雄心。今天,我们就来聊聊你不知道的C4L科技秘密,探寻神龙公司乃至东风集团未来的技术发展路径。

C4L 动力之谜——1.6THP 领衔的发动机

C4L甫一上市,就以1.6THP发动机的强大性能让大家眼前一亮。该款被称“7冠王”的发动机,由PSA和BMW合作开发,代表了“现阶段欧洲乃至全球汽车领域的最高技术水平”。15万左右就能享受到澎湃动力,性价比上已然胜人一筹。而“3秒无敌手”、“起步就有”等强大性能,更是让消费者大呼过瘾。除了1.6THP发动机,C4L的1.8CVT发动机也凭借“动力媲美2.0L,油耗挑战1.6L”的良好口碑,获得消费者的追捧。

据了解,今年1.6THP全球第二条生产线将落户襄阳,以此为契机,相信神龙公司对于动力的升级也将加速。

C4L 舒适之谜——继承法系舒适科技衣钵

法系车一贯以人性化著称,C4L在这方面可谓继承了法系舒适科技的衣钵,诸多贴心设计,全面升级用车体验。

雪铁龙的大师级底盘调校技术,为C4L带来“长途不累、颠簸不颠、弯道不飘”的优异表现。2710mm同级车最长轴距、舒适的29度倾角真皮座椅、侧翼可调的航空式睡眠头枕……一系列贴心细节,让C4L化身飞机头等舱,用车感受自然也随提升。

特别值得一提的是,C4L具有“隔绝”与“净化”两大功能的“超净爽智能空调系统”。该系统拥有内外循环自动切换功能,当面对雾霾天气,通过空气质量传感器主动监测污染,自动隔绝空调系统进气门,将循环系统由外循环改为内循环,隔绝车外有害气体。同级车独有的离子发生器,还可产生大量的正负离子,能有效改善车内空气质量。在雾霾天气频发的当下,可谓把对于消费者的用心关怀落到了实处。

C4L 节能环保之谜——STT 驱动绿色未来

汽车为大家带来了更为便捷的生活,但能源和环境的问题也随之而来。如今,有社会责任感的汽车企业,都在不断研发新技术,希望大家享受到既便捷,又绿色环保的用车生活。

去年广州车展期间,东风雪铁龙C4L智驱版上市,让发动机智能启停系统(STT)走进大众视线。作为PSA领先的一种微混节能技术,STT已在欧洲市场历经15年的发展,技术已非常成熟,并已收获超过100万用户的青睐。搭载STT技术的C4L智驱版节能优势明显,综合工况油耗低至6.7L/100km,同时满足更加绿色环保的国V排放标准,油耗降低可达15%,每年可节省2000元支出。

STT不单给消费者带来了一个微混新时代,更是神龙公司驱动绿色未来的基石。据悉,C4L首装STT技术之后,东风雪铁龙旗下的EC系列、EB系列、EP系列发动机均将逐步适配STT技术;而从2016年起,PSA最先进的Hybrid4、Hybrid AIR混动技术也将逐步引入中国。

仔细研究C4L背后的科技秘密,我们不难发现,C4L的每项科技均是“为生活而科技”,都旨在为大家解决用车生活中的问题,提升大家用车生活品质。秉持着如此科技观的东风雪铁龙C4L,上市一年便空降神龙公司2013年度销量第三的宝座,这样的结果也就顺理成章了。而能够将C4L打造成技术标杆的神龙公司,如今加上资本市场的举措,也让我们有理由对他们的未来抱有更多期待。

(雪铁龙)

缺少品牌支撑 中档进口车在华难立足

从明年1月开始,欧宝汽车将停止在中国市场销售。停止在华销售,对于2013年全年在华销量只有4365辆的欧宝来说,更多是一种“必然”。其全国22家经销商去年单店平均年销售不足200辆,这仅相当于主流合资品牌4S店一个月的销售,无论通用还是欧宝经销商,对此都不会满意。

低迷的销量是欧宝退出中国市场的主要原因,同时通用在华强化别克品牌也加速了欧宝的退出。作为欧洲市场主流汽车品牌,欧宝自进入中国市场以来,长期以小众品牌形象示人。其早期主销威达、雅特、赛飞利等车型,前些年则引进了安德拉和雅特GTC等车型。其小型车、中级车和SUV均主攻20万~30万元的细分市场,是典型的中档品牌产品。虽然它的早期品牌形象属于“高大上”,但这么多年一直未能跳出“小众”走向“大众”。

究其原因,车型少是无法回避的问题,目前欧宝主销车型是SUV安德拉,占其销量的绝大部分,其他产品则销量了了。同时,产品更新速度也制约了其在华发展,安德拉自2008年进入中国市场以来就未有大的改变。此外,欧宝虽为欧洲市场主流汽车品牌,但在国内市场的品牌影响力较弱,品牌认知度和认可度不高,其与同门兄弟别克根本不在一个量级。上述原因的产生,均与欧宝在中国市场的营销策略有关,但更主要的是其在华发展缺少强力支点,以至于影响了销量、品牌形象等的提升。虽然同属通用旗下,但别克和欧宝之间的关联度不高,前者对后者的影响力提升作用不大。

和欧宝相似,雷诺也是同样的处境,虽然销量较欧宝高一些,但只有一款主销车型的“小众品牌形象”无法改变,国产成为其在华突破的唯一出路,这也正是在寻找市场支点。

其实,中档进口车中,标致、雪铁龙、铃木、起亚、福特、三菱等虽然在市场摸爬滚打多年,但销量均未有大的突破,都还属于小众系列。与之相应,上述品牌在华合资企业的销量与丰田、通用等存在较大差距,可以说合资品牌产品对进口产品的销售导流的贡献不多。另一方面,大众、现代等进口车在国内的销售要较上述品牌高出不少,究其根源,一是其产品较多,可覆盖更宽泛的市场,再就是大众、现代等企业在华已经建立起了较强的品牌影响力和认可度,促进了其进口车的销售。

对欧宝这类在华缺少强大品牌支撑的中档进口车来说,国产化是其目前提升销量的主要途径。当然,随着市场的愈发成熟和消费分化,小众品牌的市场空间将逐渐增大,但这更要求小众品牌产品的个性要足够鲜明,而且可以提供多种选择。

(何立军)

汽车维修“旧件充新”属侵权行为

消费者可要求三倍赔偿

本报综合消息 消费者保养汽车时换下的旧零件,被4S店回收“再利用”当新件在维修时卖给新车,这样的事情时有发生。辽宁省工商局12315投诉举报中心提醒,汽车维修“旧件充新”属于欺诈侵权行为,消费者有权要求三倍赔偿。

近日,辽宁省盘锦市消费者杨先生买了一辆汽车,开行几个月后发现车底漏机油。送修后,4S店称油底壳漏损,因不在三包范围之

内,需要付费换件维修。杨先生按照换新件和工时费用付费维修,取车时却发现4S店给换的是旧油底壳。杨先生无奈向工商部门投诉。

工商执法人员认为,无论是三包期的免费包修义务,还是消费者自费维修,作为经营者应使用与消费者约定相符的质量合格的原厂配件,用旧件顶新件的行为属于欺诈行为,严重侵害了消费者的权益。经调解,4S店向消费者承认错误赔礼道歉,并同意给消费者换成新的油

底壳,消费者表示接受换新,不再要求赔偿。

辽宁省工商局12315投诉举报中心负责人表示,4S店旧件顶替新件的做法显然属于欺诈的侵权行为,类似行为根据新消费者权益保护法第五十五条第一款的规定,消费者有权要求三倍赔偿。工商部门提醒,消费者应积极主张权利,惩治欺诈行为。此外,经工商调解后,消费者应尽快主张权利或兑现赔偿,以免时间拖延过久难以处理或造成二次投诉。

(初杭)