

# 在用机动车拟停止“油改气”

因无法保证车辆安全性能将对已改装车辆强化监管

质检总局 12 月 8 日发布《关于进一步加强机动车“油改气”安全管理工作的指导意见(征求意见稿)》，拟停止在用机动车“油改气”。

近年来，燃气汽车发展迅猛，对减少汽车尾气排放、实现汽车能源多元化发挥了重要作用。在燃气汽车初级发展阶段，部分地区为推动燃气汽车的发展，探索将在用燃油机动车改装成为燃油燃气两用燃

料机动车或燃气单燃料机动车等。

据介绍，由于在用机动车“油改气”不符合道路交通安全法和车辆生产企业及产品公告的相关规定、监管制度不完善、改装企业能力参差不齐、在用机动车“油改气”使用的车辆燃气专用装置缺少有效质量保障及检测等原因，无法保证在用机动车“油改气”车辆的安全性能及合法使用，各地在用机动车“油改气”车辆事

故时有发生。

记者了解到，随着燃气汽车制造业的发展，目前，国内燃气汽车生产企业已超过 40 家，列入公告的燃气汽车生产企业和产品已能满足市场需求。为确保燃气汽车安全使用，规范和强化对已改装车辆的安全监管，该意见(征求意见稿)提出停止在用机动车“油改气”，加强对已改装车辆的监管。

意见包括停止在用机动车“油改气”；加大对已改装车辆的监管力度；严厉打击非法违法改装行为，严禁私自改装燃气汽车上路行驶，加气站严禁为私自改装燃气汽车加气，加大对违法行为的查处力度等内容。

据了解，在用机动车是指按照国家或地方机动车排放标准中规定上牌照并需定期检测的机动车。  
(据《京华时报》)

## 2015 年豪华车市场将拉开新一轮竞争

尽管豪华车在中国出现了增速放缓，但豪华车企在华销售扩张的信心不减。12 月 5 日，通用旗下豪华品牌凯迪拉克正式发布了全新 LOGO 和未来品牌战略规划。规划显示，未来凯迪拉克将扩大产品线，推出涵盖轿车、跑车、SUV 在内共计 11 款车型。事实上，今年以来，各大豪华品牌，特别是二线豪华品牌，在市场竞争加剧的同时，纷纷争相发布新战略，不断将市场重心锁定中国。业内人士认为，随着更多豪华品牌完成国产以及渠道建设规划，2015 年豪华车市场将拉开新一轮的竞争。

### 二线品牌增长迅猛

事实上，与长期盘踞豪华车市场前三名的奥迪、宝马和奔驰逐渐放缓的增长速度相比，二线豪华车市场竞相增长更加迅猛。

据介绍，目前中国是凯迪拉克品牌全球第二大市场，仅次于美国，今年前 11 个月，凯迪拉克在华销量达到 64359 辆，同比增长 50.7%。凯迪拉克方面表示，未来 5 年将在中国市场推出 9 款全新车型。并且到 2018 年，在中国销售的凯迪拉克车型将有 95% 采用本地化生产。此外，凯迪拉克将于明年在中国率先将 4G LTE 技术应用到一款国内在售车型上。

再看捷豹、路虎，今年在中国市场即将收获年销 12 万辆的漂亮成绩。这不仅意味着捷豹、路虎中国首次突破年销 10 万辆的门槛，同时也巩固了其在中国豪华车市场销量第四的座次；沃尔沃在华表现同样亮眼，今年前 10 个月累计销量突破 65827 辆，同比增长 35.8%。沃尔沃预计，今年在中国市场的销量将超过 8 万辆，中国已成为沃尔沃全球最大的市场。

面对中国豪华车市场的高速增长，中国市场为各二线豪华品牌的全球销量贡献率也开始提升，其中捷豹、路虎由去年同期的 21.3% 提升至 26.3%，同比上升 5 个百分点。通用汽车更是意识到了中国市场的重要性，早在 2010 年，中国已成为通用汽车全球最大单一市场，2013 年，通用有 1/3 销量来自中国。通用汽车总裁丹·阿曼介绍，2014~2018 年，通用在华计划投资总额为 140 亿美元，期间将引入 60 款全新或改款车型。“中国市场的重要性怎么强调都不为过。”丹·阿曼说。

### “定制中国”产品先行

值得关注的是，在豪华车市场全面下探的背景下，中级车已经成为豪华车市场竞争的新“蓝海”。今年豪华车市场增速全面放缓之时，这一细分市场依然坚挺。来自全国乘用车联席会的数据，SUV

和中级车两个细分市场，拉动了今年豪华车市场的增长。

分析人士认为，中级车成为豪华车市场年轻化的代表，兼顾运动性能与优雅外观的豪华中级车，成为中国潜在消费者的新宠。从各二线豪华品牌的产品导入计划也可以发现它们在中国市场产品导入竞争上所做出的努力。

据透露，凯迪拉克将推出更多产品以争取年轻消费者的支，这一战略被称做“建立凯迪拉克品牌和千禧世代豪华车消费者的相关性”。约翰·德·尼琛说，在小型豪华轿车市场，凯迪拉克将推出全新车型，以赢得年轻消费者。在目前空白的小型、紧凑型 SUV 领域，凯迪拉克也将实现车型覆盖。

雷克萨斯今年已有两款新品导入，而 NX 作为中型 SUV 产品，将是雷克萨斯今后在中国市场冲击销量的主力。英菲尼迪则借在华推出 Q50，为国产化铺路，并希望与奥迪 A4L、宝马 3 系和奔驰 C 级三家德系品牌争夺入门级市场的蛋糕。沃尔沃方面表示，未来 4 年，其增长的主要动力将来自于技术更新、产品更新以及新产品上市。据悉，继全新 XC90 之后，沃尔沃将推出一款新的豪华轿车，而且计划在中国的工厂生产，并会向世界其他的地区出口。

### 深度本土化抢占市场份额

有分析人士认为，二线豪华车在过去的几年内由于错过了国产先机，使得它们在面对市场变化时缺乏灵活的应对举措。盖世汽车研究院统计结果显示，今年前三个季度中国市场销量前十位的豪华品牌总计销量 129.1 万辆，其中奥迪、宝马和奔驰德系三强占 95.5 万辆，占比 73.9%。可见，各二线豪华品牌的销量与一线品牌的差距依然明显。

对此，各二线豪华品牌近年来纷纷宣布国产计划，在中国向德系三强展开反击，抢夺更多的市场份额。英菲尼迪在去年公布国产计划后，首款国产 Q50L 入门级豪华轿车目前已在襄阳工厂下线，到 2016 年，英菲尼迪希望能够占到豪华车市场 10% 的份额。与英菲尼迪一样有望在 2015 年国产第一款车的还有捷豹、路虎。今年 10 月，其首款国产车型极光正式下线，未来路虎品牌也希望占据中国 10% 豪华 SUV 市场份额。

此前，吉利收购沃尔沃之后便

推出了国产车型沃尔沃 S60L。按照计划，2020 年前后，沃尔沃在华市场占有率将比现在翻一番，预期目标同样为 10%。对中国市场寄予厚望的凯迪拉克品牌，在今年下半年向中国市场推出了国产 ATS-L 长轴版车型。日前又发布了全新品牌战略，并透露了未来新车型规划。

多家权威机构预测，到 2016 年，中

国将超越美国成为全球最大的豪华车市场。业内人士认为，深度本土化将成为豪华车品牌竞逐全球制高点的重要战略。2015 年将成为这一计划付诸实施的时间点，未来二线豪车能否占据国内豪华车市场更多的市场份额，甚至将影响其全球市场格局。

(据《北京商报》)

新K2  
魅力登场

KIA  
东风悦达·起亚