

首发 71 辆新车升级为 A 级卖场

成都车展成车企救市主战场

车市低迷，以销售为主的成都车展无疑成为了车企争夺市场、提升销量的重要阵地。9月4日，西南地区最具影响力的第一十八届成都车展正式拉开帷幕，国内外106个汽车品牌争夺奇斗艳。

从本届成都车展发布的新品来看，车企发力“金九银十”挖掘市场潜力的意图明显，而各车企应对市场低迷做出的产品计划调整也成为本届车展备受关注的焦点。

新车揭示市场走向

据成都车展组委会透露，多款新车发布和重磅车型的亮相，无不凸显了全球车企对西部车市的雄心布局。据不完全统计，本届车展上各展商共揭幕首发车型71辆，赚足了眼球。

记者在现场看到，本届车展看点十足。德系、美系、日系、法系、韩系悉数到场，各大车企高层均亲临展台，揭幕新车发布。其中，奔驰将2400平方米的豪华展位收入囊中，成为今年车展上超大型展位之一。宝马、奥迪、捷豹路虎、沃尔沃等众多一线品牌也不甘落后。与往年相比，丰田、雷克萨斯、讴歌、英菲尼迪等车企都不约而同继续扩大参展面积。

除了参展面积持续扩大，今年的新车也有不少看点。成都车展首日，上海大众斯柯达不仅发布了全新速派，而且近期上市的昕动、昕锐及明锐均在此次车展亮相。

北京现代也正式发布了全新途胜，售价15.99万元起。

此外，东风标致宣布408荣耀版正式上市，搭配1.2T发动机，售价为16.17万元。据悉，东风标致408荣耀版限量销售408辆。

业内人士普遍认为，成都是全国汽车保有量前五名的城市中唯一没有限购的城市，越来越多的厂商选择在成都车展发布新车。中外汽车品牌纷纷秀出新车型，其内在比拼更趋向于消费者理念与价格下探，并希望借助成都车展在“金九银十”冲销量。

豪车战略重心西倾

在市场竞争愈发激烈的环境下，车企大佬们无不表示经济走向更重于经济发展，所有主流汽车品牌都在重视中国市场，而成都又被视为中国前进的驱动力城市之一，这一趋势在豪华车企身上表现得尤为明显。

成都车展前一天，奔驰便迫不及待地发布了全新奔驰GLE运动SUV，新车售价区间为86.8~192.8万元。该车为一款四门轿跑型SUV，竞争对手毫无疑问地指向了宝马X6。此外，迈巴赫S500 4MATIC也正式上市，售价219.8万元。新车搭载4.0T涡轮增压发动机，并配备四驱系统。

在豪华SUV市场，宝马也不示弱，9

月4日，宝马集团旗下全线豪华产品阵容亮相成都车展，并发布了新BMW X5 xDrive28i与全新BMW X6 xDrive28i、纯电动BMW i3时尚型以及BMW 4系2015限量版4款新车。

值得注意的是，新BMW X5 xDrive28i与全新BMW X6 xDrive28i均配备了BMW 2.0L TwinPower Turbo发动机与8速手自一体变速箱，新车的百公里加速分别仅需7.5秒和7.4秒，而百公里油耗仅为9.0升和9.1升。

以进口车为营销重点的雷克萨斯，在成都车展上推出了中型豪华轿车新IS 200T以及全尺寸豪华SUV新雷克萨斯LX 570。

今年1~6月，中国累计进口汽车52.3万辆，同比下滑23.3%，尽管市场需求下滑，但四川、重庆、云南、甘肃、陕西等西部省市的汽车消费增长速度仍然很快，成为拉动中国车市增长速度的重要力量。这一区域持续领跑国内车市的姿态，在中国汽车市场进入“微增长”之后显得弥足珍贵。

此前，大众、奔驰等全球知名汽车品牌相继发布了西部战略。随着豪华车的占比不断升高，各大豪华车商也都更为重视西部市场。

坐实 A 级卖场

车展组委会发布的数据显示，上届成

都车展共销售车辆32652辆，接待观众超过67.45万人次，这么大的销售数字，让车企自然不会放过借成都车展卖车的机会。

记者在现场看到，媒体日当天，已经有部分展台的销售主管开始组织工作人员进行销售培训。从媒体日开始，参展企业和经销商就一心扎在了客户身上。

中国汽车工业协会的数据显示，今年1~7月，我国汽车产销分别为1361.27万辆和1335.33万辆，同比分别增长0.8%和0.39%，与前6个月相比继续回落。基于汽车行业未来发展趋势，中国汽车工业协会将2015年的汽车销量增幅预期下调至3%，而年初该协会预测2015年中国汽车销量增幅将维持在7%左右。

而据国家信息中心资源开发部主任徐长明测算：“以汽车为代表的劳动密集型产业向西部转移的趋势已不可阻挡，到2020年，中西部市场的汽车份额将提升到55%。”

汽车分析师张志勇认为，今年企业参加成都车展的目的性更明显，那就是吸引眼球争抢人气卖车。“在车市持续低迷的背景下，‘金九’旺季和成都车展对汽车企业和经销商全年的销量有决定性作用。”张志勇说。

(据《北京商报》)

以我实力 助您成功

权威·实用·贴近

《周口晚报·汽车周刊》

领航周口车市

垂询电话：0394-8599345

