



时代汽车周刊

Auto Weekly

总第509期 今日8版 每周二出版
新闻热线 8610-84285566-3227
主编 王万利

A1-A8

2013.12.10

A5 一汽马自达营销能力临考

国产CX-5的热销让长安马自达经销商看到了翻身的希望,但一汽马自达原本计划在今年上市的两款国产新车型ATENZA和CX-7被无故推迟到了明年,这让急需给力新车救市的一汽马自达经销商们非常不解。

A6 东风悦达起亚今年销量将达55万辆

12月5日,东风悦达起亚旗下科技含量最高的高级旗舰车型新K5正式上市,在设计、材质、动力和科技等方面实现了全新升级。新K5拥有2.0L、2.4L、2.0T三种排量11款车型,售价15.98万-25.18万元。

A7 超豪华品牌从追量到求质

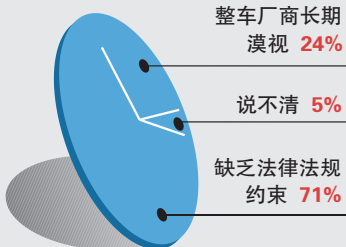
日前,北京金港保时捷钣金与喷漆中心正式投入运营。捷成集团汽车董事奔波表示,“过去我们一直非常注重销售结果,最近几年日益感觉到服务的重要性,所以,我们近几年的计划并不是增加网点的数量”。

车内空气质量强制标准将出台

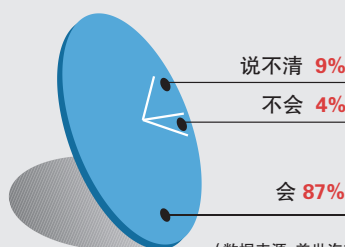
成本增加 新车2015年或迎涨价潮

车内空气质量问题不断的主要原因

备受关注的车内空气质量强制性标准终于有了出台的时间表。在业内看来,一旦车内空气质量强制性标准实施,车企与下游零部件供应商要全面使用新的技术和原材料,成本势必增加,这对目前的整车企业来说将是个不小的考验。



车内空气质量强制性标准推行是否会推动车企出台改善措施



技术上有了一定储备,未必一定会造成车价的攀升。”宋广生称。

监管力度有待提升

不过,业内普遍担心,强制性标准的实施对当前车内空气质量状况的改善有多大尚待考证,其关键就在于针对车内空气污染的惩罚力度有多大。宋广生表示,新的强制标准将对车内空气质量的监测方法进行完善,使其更接近于车辆的实际使用状态,而与质检总局合作的汽车召回也将作为对车企违规的惩罚。

然而,就国内空气质量检测现状而言,因没有相应的政策法规与鉴定标准,多数第三方机构对车内空气质量检测并不具有法律效力,只能作为消费者购车的参考。盖世汽车网的调查显示,近九成的参与调查者认为,只要国家出台具有强制力的车内空气质量标准、提高企业的违法成本,车企就会做出改变来应对。

与此同时,车内空气污染并非只是新车的问题,由于车内的挥发物一直存在,空气对人体产生的影响也将贯穿汽车的整个生命周期。对此,锦湖日丽研发总监罗明华表示,在消费者日益重视,同时法律法规逐渐完善的前提下,汽车行业理应更加重视车内的空气质量,从源头上对材料选择严格把控,广泛使用低散发的环保材料,以彻底改变车内空气污染的现状。

北京商报记者 蓝朝晖/文 张彬/制表

近日,国家室内、车内环境及环保产品质量监督检验中心主任宋广生在盖世汽车研究院圆桌论坛上透露,目前环保部门正计划对《乘用车内空气质量评价指南》(以下简称《指南》)进行修订,2015年将出台强制性标准。届时,达不到要求的车辆将被强制召回。

标准缺失的尴尬

近年来,由于车内空气污染导致或诱发的疾病呈明显上升趋势,已经成为危害消费者健康的最大威胁之一,车内空气质量问题开始受到全社会的广泛关注。

我国于2012年3月1日正式发布实施了《指南》,但是作为一部行业推荐性标准,《指南》缺乏足够的法律效力,对汽车行业的生产企业缺少约束与震慑作用,各渠道汇总的有关车内异味的投诉量不减

反升。如此前央视曾曝光的德系三大豪车阻尼材料污染车内空气问题,就是由于强制性标准以及检测手段缺失,最终不了了之。

宋广生告诉北京商报记者,车内空气质量的好坏与车型的豪华程度以及价格并无直接关系,主要取决于汽车厂家在造车时所使用的原材料以及车内的空气净化装置。由于国家标准当中涉及产品安全、人身健康的标准一般都是强制性标准,因此《指南》由推荐性上升为强制性标准势在必行。

替代方案推高车价

事实上,要想提高车内空气质量,车企势必要进行技术升级改造。在这种情况下,有业内人士担心,在强制性标准实施后,车企为寻找替代性的解决方案可能会

推高车价。

对此,沃尔沃汽车集团中国区研发副总裁沈峰表示,沃尔沃汽车多达14款的车型目前已全部配备IAQS系统,并提出“清洁驾驶舱、新车无异味”的理念,把“安全与环保”延伸到车主的健康。虽然造车成本有所提升,但沃尔沃已经把成本分摊到下一代的技术储备当中,实际上在现有的车价中并未提升多少。

北京商报记者了解到,目前各车企对于车内空气改善的方式更多的是采用了空气净化装置,而在汽车生产的必用材料上,并没有更换有毒的原材料,这也往往使车内空气污染难以清除。

宋广生认为,车企会根据强制性国标平衡舒适度、轻量化与环保性,将成本分摊。“目前多数厂家已经参照推荐性国标进行生产工艺的调整和零部件质量管控,

今年中国车市销量有望首破2000万辆

伴随着国内车企11月销量成绩陆续公布,中国车市全年销量轮廓也日渐清晰。日前,全国乘用车联席会公布了最新监测数据,11月狭义乘用车批发量同比增长22%,环比增长7%。

“年末历来是销售旺季,12月的销量依然可期,全年中国汽车产销规模首次突破2000万辆已没有悬念。”全国乘用车联席会副秘书长崔东树表示,随着雾霾天气加重和部分北方大省开始限行限购,加上2014年1月将进入春节,因此车市有望在12月提前释放。

业内人士分析认为,车市连续三年低

速增长之后,压抑的购买力在今年释放出来,各主流车企制定的年度销售目标在11月就已几近完成,即便在12月对销量数据有所保留,也会有多数超额完成任务。

根据通用汽车公布的数据显示,11月通用在中国市场的销量增长了13%,共售出294500辆车。通用中国区副总裁钱惠康预测,通用会在12月中旬突破300万辆的

年度销售目标。

从下半年开始复苏的日系品牌也出现了连续高速增长。本田中国发布的11月销售数据显示,当月本田汽车在华两大合资公司广汽本田和东风本田共销售国产汽车83013辆,同比增长101.5%,创单月销量历史最高纪录。

丰田汽车11月在华销量同比增长41%,达到8.98万辆。今年累计销量约81万辆,同比增长8%,丰田将有望实现全年在华销售90万辆的目标。

此外,今年豪华车的表现也再一次超出了预期。英菲尼迪11月销量达2102辆,环比增长7.7%,创今年单月最高销售纪录;沃尔沃11月在中国市场的零售销量为

5995辆,同比激增69.4%,1-11月沃尔沃已累计在中国市场销售了54461辆车,同比攀升44.7%。

不过,在各车企销量大幅增长的同时,经销商们却没有表现出过度的欣喜。一家日系品牌经销商告诉北京商报记者,今年增长是基于大量新车投放和大幅降价的前提,以及在政策压力下购买力提前释放,如果明年企业预期过高,则可能导致车市竞争更惨烈。

对此,汽车业资深专家苏晖认为,从整体来看,今年汽车市场的整体增幅处于回归理性阶段,乘用车市场净增量实际上仍有潜力,这也意味着明年车市仍有望实现10%以上的增长。北京商报记者 蓝朝晖