

# 2013年度 盘·点

对于中国汽车市场来说,2013年绝对会成为具有转折意义的一年。在“召回”、“三包”等政策施行后,无论买车还是用车环节都有了新的定义。同时,环保和交通的压力迫使限购城市增多,大力发展新能源车型以及呼吁车内空气质量立法等,意味着车市转型开始。业内人士认为,在新政策的调控下,中国汽车产业会积极响应,车市将向更良性的发展方向发展。

## 2013那些影响车市的政策

### 汽车“三包” 产品质量戴上“紧箍咒”

从今年初新的《缺陷汽车产品召回管理条例》正式实施,到10月国家出台汽车“三包”政策。种种迹象表明,国家是想通过法律法规来保护消费者购车后遇到产品质量问题的应有权益,不必因为一些扯皮的事情糟心,或者遇到未能解决的问题与经销商或汽车厂商产生纠纷,避免投诉无门的情况发生。总体来讲,该政策对消费者利好。

对于汽车生产商而言,汽车“三包”执行后有助于提升产品品质,同时对于车企日后的售后服务质量也有促进作用。

新政策推出之前,只要汽车制造者和销售者不存在主观恶意,对于汽车的质量问题,广大消费者的态度已经十分宽容和忍耐。随着车辆使用时间增加,汽车的问题会逐渐暴露出来,如果生产者和销售商不注重消费者权益,维权便是纸上谈兵。因此,应该用政策对消费者权益进行保护。

实施“三包”规定,能促使厂商积极贯彻国家政策,更好地为消费者服务。但是对于普通消费者而言,车企保证汽车拥有过硬的品质,似乎更为重要。就算以后问题汽车退换没有什么障碍,也不会有哪位消费者愿意摊上因汽车品质引起的麻烦。

### 新能源补贴 环保车型产业化提速

今年以来,雾霾天气的增多导致环保压力加大,社会各界纷纷把注意力转移到零排放的新能源汽车上。为鼓励新能源汽车生产和消费政策进一步完善,9月17日公布了《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》。通知显示,中国政府将在2013-2015年继续开展新能源汽车推广



补贴应用,并继续带动地方政府出台相关鼓励政策。

新一轮新能源补贴是根据车辆纯电动模式下的工况续航里程确定补贴金额,这也促使对政策嗅觉灵敏的车企做出反应,接连发布新能源产业战略。无论是跨国车企还是本土自主品牌,不约而同地公布了新能源汽车产业化的具体时间表,与新能源政策相吻合。

作为国家重点扶持的战略性新兴产业,新能源汽车市场发展前景广阔。国家政策的支持将提升消费者购买新能源汽车的积极性。

众所周知,新能源示范城市普遍都是传统汽车保有量大、交通拥堵和环境保护压力大的特大城市或城市群,这些城市往往已经或即将实施汽车限购或限牌等政策。为了能够获得享受汽车生活的权利,

无限购或限牌的新能源汽车将成为未来消费者的购车首选。

业内普遍认为,在补贴政策的支持下,新能源汽车在未来将“换挡提速”,并有望提前进入产业化的阶段。

### 限制性政策 恐慌购车透支购买力

近两年我国汽车销量超常规增长已造成城市拥堵、环境恶化,以北京出台更为严厉的治堵措施为代表的地方政策,将对今后的国内汽车市场产生较大影响。事实上,无论是北京市在全国率先开始执行第五阶段机动车排放标准,还是年末对新增汽车的摇号规则调整,都有示范效应,也让限行限购政策的“恐慌”在全国大中城市蔓延。

年底购车潮的兴起与限购不无关系。12月15日,天津在限购前夜抛出的一纸“限购令”让不少焦虑中的市民体验了一把在短短数小时内选车、交款、办手续的“疯狂一夜”。当然,这不会是限购的终结,越来越多的城市传出限购消息,也让更多的消费者以惶恐心态迎接即将到来的2014年。深圳、杭州、成都、重庆、青岛、武汉等被列入“堵城”名单的城市,均出现了热火朝天的购车景象。远远望去,汽车市场“形势一片大好”。

这种由恐慌引发的透支性购车,或许会在几年时间内将汽车产业推向塔尖,但留下的问题将是深远的。限购政策释放了一时的消费热情,抑制的却是未来数年汽车消费增长的潜力,未来汽车产业将因此面临不小的冲击。

### 空气质量评价指南 车内环境引发关注

虽然去年我国出台了关于车内空气质量的《乘用车内空气质量评价指南》,但作为一部行业推荐性标准,其缺乏足够的法律效力,对汽车生产企业缺少了约束与震慑作用。随着市场竞争的加剧,有关车门内空气质量的投诉案件有增无减。

国内大气环境日渐恶化,业界呼声高涨。车内空气质量强制性标准将在2015年出台的消息,将成为车市的拐点。汽车厂家都开始积极响应号召,对自家车内空气质量提出了更高的要求。

针对此次《乘用车内空气质量评价指南》的修订推动强制执行,业内人士表示,未来将会带动整个汽车和汽车零部件行业的升级,使得原本技术参差不齐、质量好坏参杂的产品再无法蒙混过关,也会在一定程度上带动质量监管力度的提高,让消费者拥有更绿色、更安全的汽车产品。

北京商报记者 蓝朝晖/文  
CFP/图

## 销量破“双百万” 北京现代发布新品牌战略

日系车的整体疲软给了韩系车高歌猛进的机会,继去年四季度销量蹿升后,今年韩系车产销不断创新高。特别是北京现代,更是抓住了竞争对手状态低迷的有利时机,通过加速推出实力新车型、提升服务等方式,在日前一举闯过了年销售百万辆的大关,同时实现了累计销售500万辆。

“双百万”的成绩让北京现代成为继上海大众、一汽-大众之后,国内第三个单一品牌年销过百万的汽车企业。随着产销量突破双百万辆,北京现代品牌战略再度提速,正式公布了阶段性的品牌战略方向——“从现代到未来”。北京现代相关负责人表示,这将成为北京现代未来两三年的品牌发展方向。依据此规划,北京现代将从产品规

划、品牌营销和运营服务等方面,全面完善品牌经营,进一步提升品牌力。

据介绍,2013年作为新十年的开局之年和品牌元年,北京现代在品牌提升方面已经取得了突破性进展。今年1-11月,体现北京现代品牌力最直观的数据D+S比例已达到40%,同比增长9.1%。随着名图的加入,北京现代D+S车型已由原来的第八



代索纳塔、全新胜达、ix35、新途胜四款车型增加至五款。随着产品组合的不断优化,北京现代计划到2015年D+S车型的销售比例将达到50%。

北京现代在品质经营和品牌建设上的持续努力也在今年有了更多显现。

售满意度指数)第二,CSI(售后满意度指数)第四的佳绩,企业BPI(品牌影响力)上升至第七位。

突破500万这一庞大的用户基数,是对北京现代销售服务体系的全新考验。目前,北京现代4S店数量已达到700家,另有卫星店150家。按照新的品牌发展规划,北京现代将进一步扩大三四线城市的经销商网络覆盖,推进全球统一的GDSI标准特约店的建设。同时,北京现代仍将继续推行全系车型动力总成“5年10万公里”的质保服务,其中第八代索纳塔、名图、全新胜达、ix35四款车型将享受整车“5年10万公里”的超长质保。

作为中国加入WTO

后成立的第一家合资汽车企业,北京现代一次次刷新中国汽车业的发展纪录。从投产到年产销破百万辆,北京现代仅用了11年,速度相较于其他合资车企快很多。今年以来,随着车型阵营的不断丰富,北京现代更是进入到到了高速发展阶段,预计到年底全年产销量将突破103万辆,继续保持行业销售第四的排名。

在汽车行业,“双百万”的实现可谓是一家企业成熟与体系力全面提升的标志,据透露,北京现代已经明确了未来几年进一步提升品牌,继续蜕变的目标。可见,跨越“双百万”将成为北京现代新十年品牌未来的全新起点。

北京商报记者 王万利