

新车扎堆 优惠力度加大

SUV市场大战再度升级

新年伊始,随着多款新车型的推出,原本就很火热的SUV市场大战再度升级。北京商报记者日前走访车市发现,东风标致、东风裕隆纳智捷等品牌的经销商都已开始为即将上市的2008、U6 TURBO等SUV车型预热。



2008



U6 TURBO

SUV市场火热开年,新车型不断推出,老款实力派换代、加大促销力度……亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉在接受北京商报记者采访时表示:“基于国内消费者特殊的偏好及市场惯性,今年SUV市场将依然保持火爆局面,竞争也将越来越激烈。”

据不完全统计,去年各大车企共推出30余款全新SUV,基本上每个月都会有新车上市。今年势头更猛,东风标致2008、丰田小型SUV、本田Urban、北京现代ix25、

雪佛兰Trax、纳智捷U6、哈弗H8、长安CS75、比亚迪S7、帝豪EX8等车型将陆续登场。

对于即将推出的新车型,经销商们普遍很期待。一家东风标致4S店的销售经理认为,2008上市后将与3008形成高低配的“双子组合”,覆盖更广泛的消费群体,“这种产品布局战略可以通过占领不同价格区间来促进整体销量上涨”,该经理说。

在东风裕隆纳智捷4S店内,北京商报记者看到了U6 TURBO的展车。据经销商透露,该车型将于今年上半年正式上市。“强大的产品力与严格的品质保证将帮助U6 TURBO更具竞争力。”该4S店负责人预测,U6 TURBO的到来,在扩充产品线的同时还能加强消费者对纳智捷品牌的认知度,并与大7 SUV一起,为今年的销售贡献力量。

除了全新车型,今年还将有很多老款车型推出配置更高的换代版本,如东风本田CR-V等,也是款款实力不俗。一家东风本田4S店市场部经理告诉北京商报记者:“CR-V一直是店内的支柱车型,销售量占比过半,今年CR-V将迎来全新换代,我们对此非常期待。”据了解,由于换代在即,现在老款CR-V有近万元的优惠。市场人士预测,在新车型上市前一两个月,老款

CR-V将出现更大幅度的促销。

一家东风日产4S店的市场部经理告诉北京商报记者,今年是东风日产SUV车型的加码年,新奇骏和新逍客都将上市,“这次车型改款将有质的变化”。该经理透露,在新车型上市前,店里将对老款车型集中清库,届时价格会非常有诱惑力。但是,该经理也同时提醒消费者,就目前的情况来看,各家店老车型的库存都不是很高,消费者选择有限,所以有兴趣的朋友一定要提前出手。

新车扎堆上市,老车集中换代,颜景辉预测,“春节之后,随着越来越多新车型的陆续推出,SUV市场竞争将快速升级”。事实上,虽然目前多数新车型尚处于预热阶段,但已有商家提前出手,加大促销力度以抢占先机。北京商报记者走访车市看到,新款RAV4最高优惠已达1.2万元,另据4S店销售人员透露,未来几个月,随着竞品车型的上市,RAV4优惠幅度还可能扩大3000-5000元。走访各品牌经销商后北京商报记者了解到,为了抢占今年的SUV市场,多家车企已经明确表示将在促销上对经销商给予大力支持。可见,SUV市场价格大战随时可能上演。

北京商报记者 王万利 常琪

· 资讯 ·

加快转型升级 着力自主发展

东风汽车2014年挑战380万辆目标

去年东风公司面临的市场环境很复杂,但其迎难而上,最终超额完成了350万辆的年度销售目标。谈到经营数量和质量再上新台阶时,东风公司高层介绍,去年东风汽车的经营工作呈现三大突出特点:乘用车销售290.2万辆,同比增长18.2%,增幅高于行业水平;商用车销售63.3万辆,销量超过去年;自主品牌汽车销量快速增长,从行业第三提升为第二,自主品牌乘用车销量从行业第四提升为第三。

进入2014年,东风汽车方面认为将面临的形势依然复杂多变。基于对形势的分析判断,东风公司将2014年主要经营目标定为销售汽车380万辆,实现利润好于上年,增速高于行业平均水平。

为达成新目标,东风公司计划今年将继续以做强、做优为中心,以“自主发展”和“改革开放”为两项要务,进一步解放思想,全面深化改革,加快转型升级,着力自主发展,

在去年以14.8%的同比增长率实现销售353.5万辆,继续稳居行业第二的成绩收官后,东风汽车公司今年提出了更高的销售目标,要在不断创新的基础上挑战380万辆目标。

提升开放合作水平,坚定不移“走出去”,推动改革发展再上新台阶。

东风“大自主、大协同、大发展”战略在去年进入了到了品牌聚变期,通过对品牌资源的整合和运用,带来了更高效的生产力和更强的核心竞争力。这是东风大自主战略全线推进取得的一项重大成果。同时,东风公司还在不断提升对外开放水平,通过国际合作汇聚全球资源,提升综合竞争力,加快“走出去”步伐。

面对今年中国汽车市场发展或整体趋缓的局势,东风汽车公司总经理朱福寿在接受北京商报记者采

访时称,在提升整体经营质量和效益方面,东风汽车今年将继续紧紧牵住转型升级这个“牛鼻子”,加快业务结构向价值链高端和提高自主能力方向转型,加快产品结构向安全、节能环保、智能、高品质和新能源汽车方向转型,加快市场结构向国际、国内市场并重方向转型,加快经营方式向产品经营和品牌经营并重方向转型。

在已经取得了一定成绩的自主事业方面,东风汽车将大力推进大自主战略,落实各个方向商品、动力总成和关键零部件战略的核心任务,加快向创新驱动发展转变,并坚持东风自主品牌和合资自主品牌两手抓。而在深化开放合作方面,东风汽车将继续推进东风沃尔沃战略联盟健康运作,发挥东风-雷诺-日产汽车联盟“金三角”协同优势,战略性推进东风雷诺项目,还将以全球视野提升与合资伙伴的合作层次。

北京商报记者 王万利



雷克萨斯新款CT200h上市

日前,专为年轻时尚消费群体打造的雷克萨斯新款CT200h正式登陆中国市场。作为全球第一款搭载了全混动系统的紧凑型豪华轿车,CT200h自2011年登陆中国市场以来,俘获了大批年轻消费者的心。而新款CT200h不仅采用了新家族前脸纺锤形前脸设计,也优化了操控表现和多项舒适配置,百公里油耗低至4.6L,售价26.9万-34.8万元,比老款车型有了明显降低。

此外,新款CT200h在配色上进行了创新尝试,首次将黑色车顶与8种车身颜色搭配,形成强烈双色反差,这也是雷克萨斯的首次创新尝试。另外,新款CT200h采用了具有抗刮性能和自我修复功能的表面涂层,提升了耐用性。可以说,作为一款引领时尚的环保先锋,新款CT200h将行动美学与全混动科技完美的结合,为驾驶者带来了由内而外全面升华的乐趣。

北汽集团年销量突破216万辆

最新统计数据 displays,刚刚过去的2013年,作为国内五大汽车集团之一的北汽集团保持了强劲的发展势头,全年实现整车销量216.4万辆,同比增长18.8%;营业收入达2658.7亿元,同比增长31.8%,跻身中国汽车行业第一梯队。

北汽集团合资品牌和自主品牌去年在质量上均取得了质的提升。北汽股份自主品牌实现销售20.22万辆,同比增长201.8%。北汽福田全年完成整车销售66.5万辆,同比增长

7.2%;市场占有率达到16.3%,同比提高0.2个百分点,继续保持全国商用车行业排名第一。北京现代迈入“百万千亿”级大型企业行列,全年实现整车销量103万辆,同比增长20%;营业收入1090亿元,同比增长34%。北京奔驰完成了E级车中期换型以及GLK260和E400L混合动力的投产,实现整车销量11.6万辆,同比增长23.9%。

去年北汽集团基本完成了国内战略重组,并在国际资源的整合上取得了新进展。2013年8月,北汽兼

并镇江汽车制造厂,建设华东生产基地;2013年10月,与云南景成集团签署了北汽云南生产基地(瑞丽)合作协议,开启西南生产基地建设;2013年11月,北汽收购昌河汽车70%的股份,建设合资新基地和自主品牌战略基地。截至目前,北汽已形成以北京为中心,华中、华南、西南、华东相呼应的自主品牌乘用车基本布局,成为国内少数拥有乘用车、商用车全系列全套整车生产资质的企业。北京商报记者 王万利

神州租车采购1500辆致炫

春节期间,不少租车公司车辆被抢租一空,这种火爆的现象一直延续到了节后。作为国内最大租车服务平台,神州租车早在春节前就加紧筹备,特意追加采购1500辆跨级时尚大两厢致炫,用以缓解市场租赁需求。此外,神州租车还将围绕致炫展开更多体验活动。作为广汽丰田首款专为中国年轻人量身打造的全新车型,致炫外观炫酷时尚、空间近乎A级车、低油耗领先同级、品质可靠,成为大家租车外出郊游的首选。

作为一款年轻时尚的两厢小型车,致炫除了具有空间、动力、低油耗,以及丰田享誉全球的可靠耐用品质等方面的显性优势,在安全、操控、舒适、服务等方面更是具有让人满意的隐性优势,体现出了超强“性价比”。北京商报记者 王万利/整理