

微车竞争升级 开瑞转投MPV市场

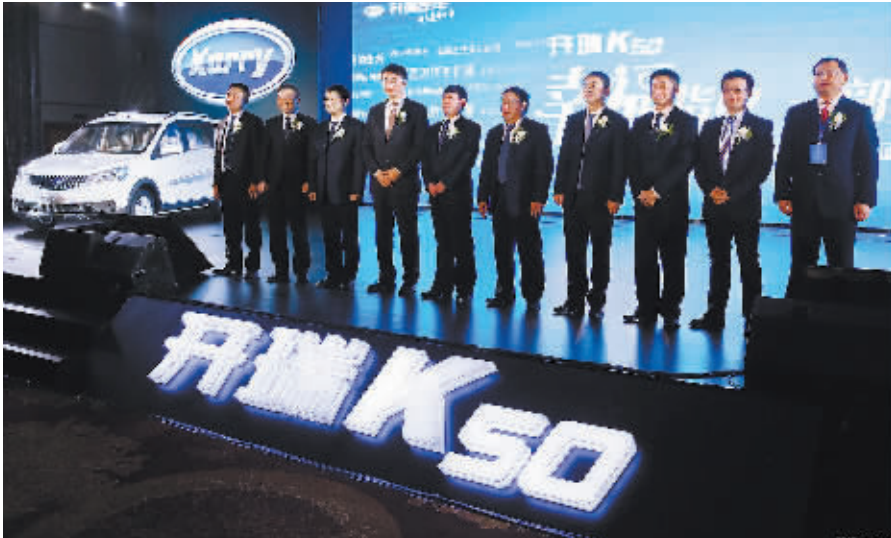
随着微车市场的萎缩,逐渐火爆的MPV成为自主企业争夺的市场。日前,开瑞K50正式上市,开瑞K50定位“7座宽体多功能MPV”售价4.68万-6.98万元,并直接将对手锁定在五菱宏光S上。

此前,开瑞主要的产品有微客与微货。然而,随着国民经济收入的提高、汽车消费环境的变化,传统微车用户面临着整体升级的趋势,这使得微车市场发生了极大的变化。尽管2014年开瑞的成绩保持着平稳的姿态,但是面对MPV或将逐步取代微车这一现实,开瑞也开始转型升级,推出了紧凑型MPV应对市场的变化。

开瑞汽车销售公司副总经理李学用表示,“我们在未来将继续微车升级这条道路,偏向SUV的Cross车型与家商两用的交叉车型将是我们未来的主要产品定位”。

统计数据显示,2014年,中国汽车产销量分别达到2372.29万辆和2349.19万辆,同比增长7.26%和6.86%。其中,交叉型乘用车销售133.17万辆,同比下降18.06%。

业内人士普遍认为,微车市场持续走低的原因主要是消费者的需求升级,传统微车用户转向更为舒适的轿车、小型MPV和新型微车。微车生产商之所以热衷于做MPV,不能只简单理解为是在



应对市场的变化,更深层次的原因在于,MPV经过几年的爆发式增长,车企的竞争已从数量规模的竞争提升至品质的竞争。

据了解,去年以上汽通用五菱、长安汽车为代表的各大微车企业已经开始转型生产MPV。乘联会数据显示,2014年国内MPV销量达131万辆,同比增长41.6%。在这其中,紧凑型MPV销量76.7万辆,增长更为迅猛,相比2013年增长58.6%。上

汽通用五菱宏光更是以75万辆的销量,占据了近40%的MPV市场份额。

作为奇瑞的子品牌,李学用告诉北京商报记者,开瑞K50与奇瑞实现了技术共享,严格遵循了奇瑞汽车的V字形正向研发体系,并基于奇瑞轿车化的标准来打造。奇瑞K50发动机来源于奇瑞ACTECO-1.5L发动机,该发动机被同样搭载于奇瑞E5、奇瑞E3与艾瑞泽3上,较之五菱7.5L的百公里油耗值,K50具有百

公里6.9L的经济燃油性。

虽然开瑞K50明显表示出其欲与五菱宏光争天下的“野心”,但李学用也坦诚表示,不会将销量迅速提升,开瑞K50的预期目标在5万-8万辆。

产品之外,渠道建设也是开瑞发展的关键。“今年一级网点总数会控制在180个以内,将着重提升服务能力,尤其是二级网点将引入售后服务职能。”按照李学用的计划,开瑞目前不会盲目扩张,保障经销商利益是首位。在网络建设上,开瑞汽车奉行“一城一店”的原则,当前共有一级网点170个、二级网点452个,三级展示点300多个。

值得关注的是,今年产品结构调整仍是微车企业的主旋律。根据各企业公布的产品规划,2015年不少微车生产“大户”都不同程度地削减了传统微车的生产计划,增产较为走俏的小型MPV和新型微车。消费者对传统微车的需求也将升级,较高的安全配置和舒适性都将成为重要的购车考量指标。

“未来五年内,将不会再有‘微车企业’这个称谓,甚至于面包车型也会渐渐退出历史舞台。虽然当前MPV市场增长较快,但市场已进入转型期,不再以价格为主要竞争手段,消费者对于车辆安全性、舒适性、操控感等要求越来越高。”李学用说。

北京商报记者 蓝朝晖

· 速递 ·

C3-XR上市首月订单破万辆

北京商报记者日前从东风雪铁龙获悉,其首款SUV车型C3-XR在上市当月便一举斩获上万张订单。当前,紧凑型SUV市场正经历爆发式增长,各大厂商推出的新车型接踵而至。而论其中最博人眼球的,C3-XR“当红不让”。在东风雪铁龙全国各地的4S店里,C3-XR在不少地方已经是一车难求。

其实,C3-XR热卖是完全有征兆可循的。早在预售阶段,C3-XR在开启预售翌日便收获超过百张订单。2015年作为“龙腾C计划”的收官之年,东风雪铁龙志在实现品牌定位、客户承诺和产品技术三大方面的全面提升,而C3-XR被视为实现这一目标的“关键先生”。

兰博基尼2015年征战宝珀系列赛

意大利超级豪华跑车制造商兰博基尼近日在其位于圣亚加塔·波隆尼的总部全球首发了Huracán GT3。该车是继去年8月兰博基尼推出新款赛车Huracán LP 620-2 Super Trofeo之后的又一力作。

从今年起,全新Huracán LP 620-2 Super Trofeo将在兰博基尼-宝珀Super Trofeo超级挑战赛欧洲、亚洲、北美三大赛区同步首秀。从2015年开始,Huracán GT3将驰骋于欧洲五大顶级赛道,征战宝珀耐力系列赛,其中包括著名的Spa 24小时耐力赛。

哈弗H9挑战冬季青藏线

如果说夏秋季节行走青藏线并不鲜见,那么在1月的寒冬时节在青藏公路穿行,无疑是一种面对高寒、高海拔、复杂路况和天气情况的巨大挑战。近日,由三辆哈弗H9组成的哈弗车队从西宁出发,历经德令哈、格尔木、那曲等地,沿途经受了海拔5231米的唐古拉山口、海拔4767米的昆仑山口等长途高海拔盘山路段的考验,最终抵达拉萨和高原圣湖羊卓雍措,圆满完成冬季探访青藏高原的任务。

在6天行程中,哈弗车队在高原之巅纵横驰骋近3000公里,复杂的天气和道路环境检验了哈弗H9的专业品质。此次挑战之旅能够完美地画上句号,哈弗H9的全地形控制系统功不可没。身怀全地形控制系统、专业SUV底盘、非承载式车身、TOD智能四驱等诸多绝技,哈弗H9向大品牌中大型越野SUV阵营发起挑战。

北京商报记者 钱瑜/整理

武汉基地将实现产能48万辆

上海通用新厂投产瞄准国内销量冠军

一汽-大众在夺得去年中国汽车销量冠军后,各车企开始加紧释放产能备战今年的销量大战。近日,上海通用率先出手,其武汉基地正式投产。据悉,该基地将为上海通用新增24万辆的年产能。

上海通用武汉工厂是继上海浦东金桥、烟台东岳和沈阳北盛之后的第四个乘用车生产基地,占地约2.38平方公里,一期项目总投资70亿元。据了解,上海通用武汉工厂建有冲压、车身、油漆、总装四大工艺车间以及动力总成车间,以及包括车体分配中心、售后配件配送中心、整车发运中心等辅助配套设施。

上汽集团党委书记、

总裁陈虹表示:“上海通用第四武汉工厂立足华中,面向潜力巨大的中西部市场,标志着上海通用从北方、沿海向内陆延伸的全国战略布局更趋完善。”业内人士认为,随着国内一线城市汽车销量增速逐渐放缓,各大车企将重心转向二三四线城市。上海通用武汉工厂的投产能够使其覆盖中西部市场,抢占二三线市场先机。

据了解,随着一期项目的投产,上海通用汽车武汉工厂公司二期项目也正式动工,建设内容涵盖冲压、车身、油漆、总装四大工艺车间,预计2017年投入使用。上海通用方面透露,武汉工厂二期项目

建成后,产能将在一期24万辆的产能基础上实现翻倍。不仅如此,上海通用还将在武汉工厂相继建设动力总成项目,总投资超过100亿元,为整车厂提供配套支持。

与此同时,除了武汉工厂外,今年年底前上海通用还将建成凯迪拉克专属工厂和泛亚汽车技术中心(金桥)。凯迪拉克专属工厂及泛亚汽车技术中心(金桥)规划总面积75万平方米,总投资80亿元。其中,凯迪拉克新工厂包括车身车间、油漆车间、总装车间、配套辅助设施、高速试车道以及品牌体验中心等,规划年产能16万辆。

数据显示,去年上海通用在华全年销售突破

176万辆,同比增幅达到11.7%,然而销量的高速增长也凸显出上海通用的产能日趋紧张。截至去年底,上海金桥、烟台东岳和沈阳北盛三座整车生产基地的产能分别为48万辆、48万辆和50万辆,合计仅为146万辆。今年,按照上海通用的规划,将冲击200万辆的销售目标,而武汉工厂一期项目及凯迪拉克专属工厂,将帮助上海通用实现186万辆的总产能。业内人士认为,上海通用200万辆的销售目标,意在剑指今年的国内汽车销量冠军,但14万辆的产能缺口,上海通用需抓紧提前武汉工厂二期项目的投产时间表。

北京商报记者 刘洋

广汽本田率先尝试导入清洁能源

广汽本田·汉能17MW分布式光伏发电工程并网暨新能源应用推广会日前在广汽本田增城工厂举行。广汽本田执行副总经理郁俊表示:“作为社会期待存在的企业,广汽本田成立16年来,始终将环保作为一项重要事业来发展,此次并网发电的广汽本田·汉能17MW光伏发电工程,是广汽本田响

应国家节能减排号召,践行‘让孩子的天空更蔚蓝’环保愿景的重要举措,是广汽本田在环保领域的再一次领先创举。”

近年来环境问题日益突出,为实现大气污染防治的目标,国家部委和全国绝大部分省、市、自治区都已制定并下发了相关光伏扶持政策。广东省、广州市“十二五”期间

也向各大企业制定了严苛的节能减排考核标准,显示出治理环境的坚强决心和意志。

广汽本田积极响应国家和地方政府的节能减排号召,在做好现有节能减排工作的同时,率先开展了清洁能源导入的尝试。广汽本田·汉能17MW光伏发电工程,是目前中国汽车行业已建成启用的规

模最大的分布式光伏发电项目。项目建成后将产生可观的经济和环保效益:年发电量1900万度;可满足广汽本田增城工厂20%的生产用电需求,同时在工厂的非生产日还可向社会供应绿色用电;每年节约标煤2300吨,减少CO2排放量17500吨,相当于种植95万棵树。

北京商报记者 刘洋