

14款新车3月扎堆上市

各家车企热推SUV车型

近年来,SUV在全球市场持续热销,国内市场也不例外。据中国汽车工业协会统计,去年中国SUV车型累计销量为407.79万辆,同比增长36.44%。而乘用车整体市场的全年增长率为9.89%,轿车市场仅增长3.06%。可以看出,中国SUV市场仍处在快速增长期,其增长速度达到乘用车市场的近4倍,更远远高于轿车市场的增长。

与此同时,各家车企也看好其市场前景,密集布局SUV车型。据了解,在本月上市的6款SUV车型中,东风悦达起亚傲跑将于3月12日率先上市,主打小型紧凑SUV市场。值得关注的是,小型紧凑SUV几乎已成为车企占领细分市场的首选。除了傲跑,北汽绅宝X65、广汽本田缤智1.5L等车型均为小型紧凑SUV。

事实上,在合资品牌发力SUV车型的同时,其也成为自主品牌的救命稻草。以北汽绅宝为例,即将在本月上市的X65为北汽绅宝的首款SUV车型,根据北汽的规划,除X65外,还将推出两款SUV车型,覆盖紧凑及中大型SUV市场。而东风风度MX6,实际上沿用了东风日产老款奇骏的平台,但新车的预售价下探至12万元的区间,意图通过价格突出竞争力。

此外,在中型SUV市场,全新汉兰达的上市算得上广汽丰田今年的重头戏。去年,接近换代末期的汉兰达实现销量8.4万辆。据了解,全新汉兰达将搭载与雷克萨斯NX 200t同系列的2.0T涡轮增压发动机,替换现款的2.7L自然吸气发动机,这将对全新汉兰达的销量起到积极的推动作用。

中高级车价格下探抢份额

与国内SUV市场相比,中高级轿车市场是车企的另一块必争之地,而且价格竞争异常激烈。在该领域即将上市的一汽丰田全新皇冠、一汽红旗H7 1.8T等车型,均采用低价策略抢占市场份额。

即将上市的一汽丰田全新皇冠,在预售价打出低价牌,31.08万元的起售价拉

国内车市在经历了春节前的沉寂后,在本月即将迎来新一轮的新车投放潮。各家车企在以新产品刺激新车销售的同时,也为今年4月的上海车展进行首轮预热。北京商报记者调查发现,本月将有多达14款新车陆续投放市场,其中近年来市场表现火热的SUV车型占有6席。

3月上市新车一览

级别	品牌	名称	上市时间
小型SUV	东风悦达起亚	傲跑	3月12日
小型SUV	广汽本田	缤智1.5L	3月
紧凑型SUV	东风风度	MX6	3月19日
紧凑型SUV	北汽绅宝	X65	3月21日
紧凑型SUV	雷诺	Kadjar	3月
中型SUV	广汽丰田	全新汉兰达	3月20日
中大型轿车	一汽-丰田	全新皇冠	3月12日
中大型轿车	一汽红旗	H7 1.8T	3月
中型轿车	北京现代	第九代索纳塔	3月20日
紧凑型轿车	上海通用别克	全新英朗	3月2日
紧凑型轿车	一汽-大众	新款速腾	3月
紧凑型轿跑车	宝马	2系敞篷版	3月
微型轿车	大众	up!	3月17日
中型MPV	江淮	瑞风M3	3月18日

低了中大型轿车市场的准入门槛,与老对手一汽-大众奥迪A6L、华晨宝马5系Li和北京奔驰E级拉开距离。实际上,一汽丰田将全新皇冠的真正竞争领域定为豪华中型车市场,与30万元区间的一汽-大众奥迪A4L、华晨宝马3系等抢夺市场份额。

而一汽红旗H7 1.8T车型,预计售价25万元起。按照该车型的定位,其竞争对手将锁定为一汽-大众奥迪A6L及华晨宝马5系Li。相比之下,红旗H7 1.8T车型在价格上具有明显优势。但在配置、尺寸等方面与竞争车型相比存在差距。实际上,红旗H7上市以来销量并不乐观,每月几

百辆的销售成绩并不好看。1.8T车型的加入,能够让红旗进一步拓展私人用车市场,以尽快摆脱目前的销售低谷。

德系两强发力细分市场

梳理本月即将上市的新车,虽然大众up!、宝马2系敞篷版分别为微型轿车和紧凑型轿跑车,但德系两强投放的两款车型都瞄准了个性化细分市场。

近几年,中国汽车消费开始趋向中级轿车以及SUV车型,微型轿车的销售并不乐观,业内普遍认为,大众up!进入中国市场实为一种冒险。从车型数据上看,大众up!长宽高分别为3540mm、1645mm、

1509mm,轴距为2420mm,与长安铃木雨燕的车身尺寸接近,比同级别的长安铃木奥拓的车身尺寸大不少。然而11.69万-12.99万元的价格区间却使其成为一款高端车型。

实际上,在价格层面,大众up!上市后的竞争对手显然为奔驰Smart fortwo。大众up!上市后将主打微型轿车的个性化市场,在10万元高端微型轿车市场中,Smart fortwo的全年销量在1万辆左右,大众凭借在国内积攒多年的品牌口碑,将争夺Smart fortwo的市场份额。

另一款新上市车型宝马2系敞篷版,在动力配置上将会有2.0T高、低功率和3.0T三种动力的发动机,并与之匹配6速手动或8速自动变速箱。该车的上市有助于宝马在这一细分市场中获得更多份额,从而在与全新奥迪A3敞篷版等同级对手的竞争中占据优势。

紧凑级走量车型相继换新

对于合资品牌来说,紧凑级车型一直是销售主力。而一汽-大众速腾与上海通用别克英朗也是每月乘用车销量排行榜的常客。

即将在本月上市的一汽-大众新款速腾,去年已经在广州车展正式亮相。新车将搭载大众全新EA211发动机,在动力参数上相比现款车型有明显提升。同时,该车型将成为一汽-大众采用全新尾部标识的首款车型。根据大众汽车尾标变更新规则,部分车型的车尾标识将变更为基于发动机扭矩值的标识体系,共有6个类别,分别为180、230、280、300、330、380。例如,新标识“230 TSI”表示该车型配备的发动机是扭矩230牛·米的TSI发动机。

与一汽-大众新款速腾更换发动机和尾标相比,上海通用别克全新英朗的变化更为彻底。据了解,全新英朗采用与上海通用雪佛兰全新科鲁兹相同的平台打造,动力方面搭配“1.4T+7速双离合”的全新动力总成,并在上海通用汽车武汉工厂投产。

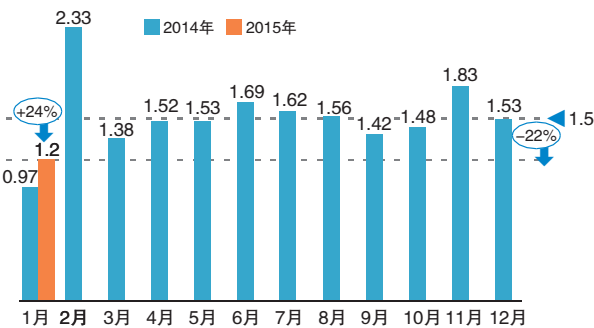
北京商报记者 刘洋/文 代小杰/制表

新年首月汽车库存系数降至警戒线以下

日前,中国汽车流通协会对外发布了今年1月汽车经销商库存调查结果。数据显示,1月汽车经销商综合库存系数为1.2,环比下降22%,同比上升24%,经销商库存水平处于警戒线以下,库存压力缓解。

据介绍,1月,经销商处于去库存状态,特别是经销商集团,去库存能力要强于单店经销商。此外,多数厂家在1月召开经销商大会,凝心聚力鼓舞士气,值得一提的是,多数厂家并未对1月的提车量做硬性要求。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊表示,由于春节在2月,1月下旬市场销量增加,市场需求也明显增加。此外,自主品牌在1月强势增量,表现突出。“因为春节消费周期和自主强势冲量的共同促进,最终形成销售增长



超预期的局面。总体来说,经销商去库存以及节前购车需求导致销量增加成为1月库存下降的主要原因。”罗磊说。

汽车经销商库存调查结果显示,1月,合资、自主、进口品牌库存系数均大幅下降,合资品牌库存系数由上月1.37降至1.03,环比下降25%;自主品牌库存系数由上月1.81降至1.19,环比下降34%;进口品牌库存系数由上月2.02

降至2.01,与上月基本持平,进口品牌库存水平仍处于预警线以上。

需要注意的是,去年四季度自主品牌没有过度冲刺销量目标,而合资品牌则在2014年12月透支了今年1月的销量,使得自主品牌表现相对突出,库存水平下降明显。

根据国际同行业通行的惯例,库存系数在0.8-1.2之间,反映库存处在合理范围;库存系数>1.5,反

映库存达到警戒水平,需要关注;库存系数>2.5,反映库存过高,经营压力和风险都非常大。

罗磊认为,2014年底,厂家为完成全年销量目标普遍对经销商压库,造成经销商库存压力增加,经销商生存压力加大,集体抵制厂家压库行为,特别是豪华品牌的经销商,资金占用量大,受到的生存挑战更大,纷纷通过各种途径加强与厂家的沟通。2015年1月,大部分厂家没有对经销商的提车量做硬性要求,加之年前消费需求增加,经销商库存压力有明显的缓解。

“春节假期会导致市场需求降低,销量减少,经销商应该在近期合理控制提车量,防止库存压力过大。”罗磊建议。

北京商报记者 钱瑜/文 代小杰/制表

首届电动汽车购车节收官



日前,“2015中国首届电动汽车购车节”正式落下帷幕,并在北京庞大北汽新能源五方桥店举行了交车仪式,为此次购车节的10名购车用户提交现车。据介绍,自购车节开始至今,参与活动人数已达10万余人次。

在本次购车节中所有车型购车人数达到300余人次,其中北汽新能源E150EV和EV200的预约购买总人数达到了217人次。在2月10日10时正式开始的线上抢购中,短短10分钟时间就有超过130名用户登录活动页面抢购。除一名幸运网友获得了66666元北汽E150EV特价车的购买资格外,还有100名网友得到了由电动邦送出的现金购车补贴,让关注并参与此次购车节的网友得到了真金白银的购车实惠。而在全部获得补贴的用户中,选购北汽新能源车型的占比高达72%。与此同时,在购车节期间成交的用户还将获得以下服务:专人帮助上牌、购买车险、一对一的电动汽车专业驾驶培训等,购买一年内可随时享受专家线上一对一的免费咨询,车辆维修期间有机会享受到免费的专属代步车服务。

北京商报记者 蓝朝晖