

### A2 一汽-大众押宝新捷达

尽管没有市场火爆的SUV车型支撑,但一汽-大众仍希望借助A级轿车的排兵布阵,占据更多的市场份额。12月7日,一汽-大众新捷达正式上市,新车包含九款车型,价格区间7.99万-13.49万元。

### A3 京城老旧车置换主导车市

进入年底,经销商开始了传统冲量促销期。而明年2月15日起,北京将实施对国I、国II排放标准的小客车在工作日限制进入五环内的禁令,使老旧车型置换成为京城新车销售的主力。

### A4 “弃七选五”的SUV估个值

二胎政策的实施,以及家庭出行的需要,使得7座SUV成为时下国内的热火车型。然而,多数车型第三排座椅并不宽敞的空间表现,让SUV的7座概念大打折扣。

# 目标落空 DS入华“上下”求索

## 成本困境持续放大

当今年二线豪华品牌为争夺国内豪华品牌“第四强”上演争夺战时,入华前曾雄心壮志立下20万辆年销目标的DS品牌,却在边缘化的道路上越走越远。虽然在连续下滑的销售现状下,DS方面一再调低年销售目标今年仅为3.5万辆,但前11个月,DS品牌年销完成率仅为41%。业内人士认为,品牌认知度低、各车型表现乏力、成本居高不下等,正在制约DS的发展,今后如何重新构建车型体系,集中发力SUV细分市场,成为DS品牌的当务之急。

### 销量频被超越

数据显示,今年11月,DS品牌在华销量仅为1255辆,同比下跌8.99%,而前11个月累计为1.45万辆,同比下滑高达33.27%。

2011年,长安标致雪铁龙(DS)成立,2013年实现DS品牌车型国产。2012年北京车展期间,原DS事业部总经理赫博曾表示:“到2015年时,DS品牌的年销售目标为20万辆。”然而,面对DS品牌车型国产化后并不理想的市场表现,2014年、2015年,该品牌的销量目标一直维持在5万辆,即便在鼎盛时期的2014年,DS品牌销量增速高达559%,年销量也仅为2.6万辆,与既定目标相差甚远。今年初,DS品牌将年销售目标降至3.5万辆,前11个月仅完成全年目标的41%,DS品牌的年销售目标不仅将再度落空,而此前“20万辆”的豪言,更有些“梦想”的意味。

国内车市在经历了去年微增态势后,今年重新进入两位数的增速期,豪华车市场也迎来了新一轮增长,但DS品牌仍然未能摆脱下滑的魔咒,并被其他豪华品牌



所超越。DS品牌入华后,曾与捷豹路虎、沃尔沃等品牌一起,被业内普遍认为是国内二线豪华品牌的潜力股。然而,DS品牌早已被二线豪华品牌甩下。此外,入华仅两年的林肯品牌,也已经超越DS品牌销量。

### 成本居高不下

销量的持续低迷,使DS品牌交出的成绩单并不好看。目前,DS品牌旗下共有DS 5、DS 5LS、DS 6、DS 4S四款车型,每款车型的月销量仅为几十辆或几百辆,因此均摊到每辆车上的研发成本、生产成本及采购成本一直居高不下。

DS相关负责人表示,DS品牌车型在材料、工艺、制造、品质等方面要求较高,因此成本也较高。

处在高位的车型成本,使经销商的利润被不断挤压。一位DS品牌经销商负责人透露,车型成本高,销量又一直低迷,4S店只能通过降价的方式刺激销量,但降价的方式已使经销商无利润可言。北京商报记者走访发现,DS 5、DS 5LS、DS 4S已出现2万元的优惠,而DS品牌SUV车型DS 6优惠更高达2.5万元。

统计数据显示,2014年和2015年,DS品牌所属的长安PSA分别亏损6.66亿元和3.23亿元。今年上半年亏损缩减至7973万元。尽管PSA集团首席执行官唐唯实曾表示:“DS是一项未来的投资”,但DS品牌居高不下的成本,则使今后的道路更加艰难。

业内人士表示,DS品牌正在通过控

制成本降低亏损,但对于销量的持续低迷,如何增销量分摊成本,才是DS品牌亟待解决的问题。

### 新车导入待提速

事实上,DS品牌在国内的品牌认知度并不高,加之车型成本的居高不下,使旗下各车型的价格竞争力处于劣势。

在DS品牌在售的四款车型中,DS 5、DS 5LS、DS 4均为轿车,售价14.99万-34.59万元。但是,由于品牌认知度较低,消费者认为DS品牌车型售价偏高。同时,目前各豪华品牌均采取价格下探方式抢占市场份额,头顶“光环”的奥迪、宝马等一线品牌,更是将价格下探至20万元区间,使DS品牌车型的市场空间被进一步压缩。同时,在火热的SUV市场,DS品牌仅DS 6一款紧凑车型,而在该细分市场中,不仅有一汽-大众奥迪Q3、北京奔驰GLA等,近期英菲尼迪QX30也加入争夺。

长安PSA销售公司总经理周江透露:“今年DS进入调整期,销量的不振是调整期需要付出的代价,明年DS品牌将开始导入第二代产品车型,因为SUV市场处在高速的发展中,SUV将成为DS第二代产品的切入点。”

汽车行业评论员张志勇表示,明年开始加大SUV车型的导入力度,无疑使DS品牌搭上了末班车,目前各豪华品牌都在完善SUV布局,而车型数量的增长,也使整个SUV市场正在从“蓝海”步入“红海”,DS品牌在发力SUV车型的同时,如何进一步提升品牌形象,放下“身段”,成为DS止跌的关键。北京商报记者 刘洋

### 漪席谈

## 来点警示音 电动车太安静也烦恼

刘葳漪

传统汽车的噪音主要产生于发动机噪音、路噪、胎噪、风噪和共鸣噪,噪音与排气所产生的声音很容易就能让路人感受到“车来了”。

开过电动车的人都知道,加速的时候不仅自己听不到油门的轰鸣,在狭窄的道路行驶时,前方的行人和自行车也很难感觉到后面有辆车。在刮风下雨的环境中,电动车的静谧更是宛如幽灵。根据美国国家公路交通安全管理局预计,由于电动车过于安静,在美国每年有超过几千位行人因此受伤。11月14日,美国政府做出规定,要求一些“安静车辆”如电动车、混合动力车等在速度超过30km/小时的时候必须发出警示声音。由于这项新的规

定,2018年9月1日之后发售的汽车都要依此政策来实行,这项规定将于2019年9月1日开始实施。

不仅美国,欧盟对“安静”的电动车也要求要增加噪音。今年3月9日,联合国在瑞士日内瓦的欧洲总部召开会议,通过了主要内容为“规定电动汽车需发出与汽油车同等音量的安全标准方案”,尤其将加强针对老年人和儿童的安全措施。这项方案显示,电动汽车声音警示装置的人工声音会在汽车启动时到时速达到20公里之间发出,原则上时速为10公里时发出50-75dB的声音,时速在20公里时为56-75dB,倒车时为47dB以上的音量。

欧盟的决议要求电动车和油电混合型汽车在2019年

7月之前都必须安装AVAS系统(车辆声音警示系统)。据悉,宝马汽车公司已经为旗下的电动车车型装配了PAAS系统,着手保护盲人、老人、儿童等的安全。

在邻国日本,其国土交通省最快将于2018年要求国内的电动车及混合动力车、燃料电池车的新车型适用基于国际规则的安全标准。其实,目前在日本市场销售的纯电动和混合动力新车型已经全部标配了声音警示装置。

在中国市场,电动车的发展前景还受到政策的倚重和利好,相对欧美,中国的路况也更为复杂,行人、自行车随意横穿机动车道是家常便饭。制定中国的电动车安全标准,加装噪音警示装置,应该提到议事日程了。