

平行进口车降价销售成常态

中国汽车流通协会发布的数据显示,今年前10个月,我国累计进口汽车为98.7万辆,同比增长18.8%。其中,平行进口已成为进口车市场的新增长点。今年前10个月,我国平行进口车进口量为13.9万辆,同比增长高达46.5%;今年前10个月,平行进口车占进口总量上升至14.2%。中国汽车流通协会秘书长肖政三表示:“平行进口车在整个进口车市场的占比逐步提升,未来平行进口车将成为进口车的重要补充。”

近年来,国家出台了一系列鼓励平行进口车发展的政策,从2015年平行进口车在上海开始试点以来,如今试点范围已经扩大到9个省市。去年至今《关于促进汽车平行进口试点的若干意见》《关于自贸区平行进口汽车CCC认证改革试点措施的公告》等各类利好政策也相继出台。据了解,在利好政策的推动下,平行进口车成本已经降低30%。

随着利好政策的频繁出台,平行进口车经销商数量也不断增加,市场竞争的不断升级,使平行进口车价格逐渐走低。据统计,由于售价差距较大,大排量车型仍然是平行进口车市场中的主力,今年前10



在一系列利好政策激励下,平行进口车已经成为车市的新增长点。但是,随着众多平行进口车商的杀入,市场竞争也日益激烈,车型价格逐渐透明,此前平行进口车的高利润时代也就此终结。北京商报记者走访发现,目前热销的平行进口车型价格大幅缩水,经销商开始以量取胜。业内人士表示,随着进口量的不断提升,降低售价已成为平行进口车市场的新常态。

个月,3.0-4.0升车型份额提升至35%。以占整个平行进口车市场份额高达42.7%的丰田为例,中东版普拉多2700、中东版兰德酷路泽、美版塞纳成为销量大户,进口量的提升,也使得热销车型价格逐步走低。目前,北京市场上,中东版普拉多2700的成交价已经接近40万元,去年同期该车型成交价在45万元

左右。同时,此前成交价在60万元以上的中东版兰德酷路泽,目前售价在55万元左右。此外,从今年开始,日产途乐成为平行进口车市场中的黑马,官方进口车型起售价为55.8万元,平行进口车型售价已经降至48万元左右。

一位平行进口车经销商负责人坦言,平行进口车利好政策的密集实施,使很多进口车贸易公司开始依托天津港等作为基地,将展厅延伸至全国各地,平行进口车市场的竞争不断升级,此前销售一辆平行进口车有时能获利几十万元,但现在只能选择走量,利润也几乎为零。

据了解,在新车利润下滑的局面下,平行进口车经销商开始将重心转向售后服务上。部分经销商与保险公司合作,为所出售的平行进口车提供3年10万公里的质保,质保费用在几千元至上万元不等。此外,平行进口车经销商还自建维修保养网点,通过售后服务赚取更多利润。

国机汽车市场营销部经理王存表示,利好政策的推动,使明年国内平行进口车进口量将继续扩大,占进口车整体市场份额也将进一步提升。明年,平行进口车在进口车整体市场份额中的占比有望达到15%。北京商报记者 刘洋

全新皇冠告别V6发动机

北京商报讯(记者 钱瑜)12月15日,全新皇冠再次升级上市,这款定义为14.5代的皇冠在外观、内饰和配置上有了大幅提升,并在产品矩阵上有所变化。由于2.0T发动机的成熟技术,老款皇冠2.5L发动机车型将停产,这也意味着这台代号5GR-FE的2.5L V6发动机正式退出皇冠舞台。全新皇冠车型将主打2.0T车型,并将级别体系优化为5款,分别是先锋版、时尚版、运动版、精英版和尊享版,售价为26.48万-39.18万元。

全新皇冠在各项功能升级的同时也不会放过让自己年轻的机会。新车从正面看前格栅处进行了熏黑涂装处理,且在大灯和皇冠标等处添加了金色装饰,让皇冠车头更加时尚炫酷。从侧面看去,全新皇冠车门下方增加了镀铬装饰条,让本来修长的车身显得更加尊贵优雅。绕到车尾,新车的排气管实现了双向露出,这一改变让全新皇冠的车尾看上去更有冲击力,表现出强烈的运动感。

值得一提的是,全新皇冠在上市之际,一汽丰田同时也正式启动“福惠双至新春感恩季”活动,用多项优惠政策回馈客户。12月16日-31日期间,凡符合二手车认证标准的2年及5万公里以内的卡罗拉、威驰、花冠(EX)的车主购买皇冠,将享受按原车发票价格全额回购政策,同时享受20%首付一年零利息或首付50%一年内还完剩余50%零利息的金融政策。其他用户则可以享受最高1.1万元的置换补贴和两年期零利率的优惠金融政策。

业内人士表示,皇冠车型的全系升级,让处在定位略微尴尬境地的皇冠焕然一新。新款车型虽然舍弃了经典的V6发动机,但是却全面应用了技术更为成熟的2.0T L4发动机。同时,新车在外观和配置上更趋向于年轻化设计,丰富了人们对于皇冠只是提供给中年成功人士选择的观念,拓宽了皇冠的潜在用户。

上市一年累计销量破5.5万辆 占据细分市场近80%份额

一汽-大众蔚领缘何一己之力 叩开中国旅行车市场大门

近年来,随着汽车的逐渐普及,国内消费者对汽车的使用属性也正在发生改变,它不再是单纯的出行工具,同时被打上了个性化、生活方式等诸多标签。目前,国内市场中,SUV、MPV成为轿车后两大销量增长点,而一直以来风靡欧洲却在国内“曲高和寡”的旅行车,在一汽-大众蔚领的带领下,即将成为另一崛起的细分领域。同时,该车型所特有的文化内涵以及相比SUV更高的性价比和特有的驾驶乐趣,也正在改变国内消费者对旅行车的认知。

生逢其时

提到旅行车,这种兼具轿车灵活性及具备SUV、MPV大空间的车型,起源于美国畅销欧洲。对于欧洲人来说,旅行车不仅完全融入日常生活,还逐渐形成一种汽车文化,是富有情调、崇尚自然、自由浪漫的象征,它代表一种生活方式,更体现一种生活态度。据统计,2000年旅行车占欧洲汽车市场份额约30%;2014年,这一数字已经上升至60%左右。

然而,旅行车在中国却一直不温不火。欧宝、别克等品牌都曾将旅行车引入中国试水,但受制于购车理念的不成熟以及该车型普遍的高售价,旅行车并未在国内形成市场。不过,随着近年来国内生活水平的提高,“80后”“90后”成为国内购车主力,该群体在独立自主的消费理念下,对于车型的选择更加开放,节假日带着家人朋友,开着一款旅行车出行、寻找旅行意义的生活方式成为很多年轻消费者的梦想。此外,近期火热的SUV市场开始“退烧”,业内人士认为,SUV能够满足年轻消费者的部分多元化需求,但高油耗、操控性不佳等劣势,使得该车型成为很多消费者退而求其次的无奈选择,而这也为旅行车留出了巨大的成长空间。



在敏锐观察到国内旅行车市场所蕴含的巨大发展潜力后,一汽-大众于去年推出首款跨界旅行车——蔚领,并在上市的短短一年间收获突破性成功。数据显示,一汽-大众蔚领上市一周年累计销量突破5.5万辆,在占据国内旅行车市场份额近80%的同时,凭一己之力拉动中国旅行车市场实现200%的增幅,成功激活了一个沉睡多年的细分市场。

实力担当

事实上,蔚领能够领军国内旅行车市场,不仅出于一汽-大众对细分市场走向的准确判断,该车型的超高性价比和出色的产品力,也成为打动消费者的关键。

此前,国内旅行车市场一直迟迟未打开的原因之一便是价格。数据显示,目前国内主力在售的13款旅行车中12款为进口车,售价均在20万元以上。而一汽-大众蔚领的售价区间为12.59万-16.29万元,大幅拉低了年轻消费者实现旅行车梦想的门槛。

虽然一汽-大众蔚领将国内旅行车市场的价格门槛大幅降低,但作为一款旅行车,自身实力却并未打折。该车型凭借EA211发动机的优异性能以及车身轻

量化设计、优秀的空气动力学设计,再结合发动机启停和制动能量回收系统,百公里综合油耗仅为5.6升,同尺寸SUV车型普遍百公里油耗则普遍在10升以上。同时,一汽-大众蔚领后排座椅放倒后,行李箱容积可扩展至1507升,这意味着能够放下8个28寸行李箱和8个20寸小行李箱,不仅远超三厢轿车,甚至赶超了一些MPV车型。此外,针对中国复杂的道路状况,一汽-大众将蔚领的最小离地间隙提升至132毫米,加之匹配的17英寸铝合金轮毂,不仅拥有SUV般的良好视野,通过性更是远超同级别其他车型。

精准营销

值得一提的是,一汽-大众蔚领在拥有强大产品力的同时,也成为旅行车文化的输出载体。

作为旅行车的最佳伴侣,自行车延长了旅行车的行驶距离,更成为锻炼身体、放松身心的绝佳方式。因此,在欧美早已形成“4轮旅行车+2轮自行车”的生活方式,已成为一种新的旅行文化。随着国内年轻群体生活压力日益增大,越来越多人也期待这样的新旅行生活。今年,一汽-大众与世界顶级自行车品牌TREK达成战略合作,开展了一系列“TREK100”骑行活动并打造“4+2”CLUB媒体骑行俱乐部,传递“4+2”新旅行文化,输出积极、健康的生活方式,与时下消费者的生活观念相契合。此外,今年10月携手亚洲顶级赛事——环海南岛国际公路自行车赛,也使蔚领的影响力进一步扩大。

未来,一汽-大众将与更多品牌进行跨界合作,积极打造以蔚领美学为核心的全新生态圈。相信在蔚领出色的表现下,一汽-大众会在更多细分市场精耕细作,为消费者带来更多高性价比的产品。