

· 资讯 ·

新K3成起亚在华翻盘筹码

工信部将完善新能源汽车标准体系

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)工信部近日发布消息称,为优化新能源汽车标准体系,抓好重点急需标准的研究与制修订工作,装备工业司组织全国汽标委编制了2019年新能源汽车标准化工作要点。

目前,虽然国内汽车市场整体遇冷,但新能源汽车产销量仍保持较快增速。中国汽车工业协会发布数据显示,2019年前4个月,我国汽车产销量分别为838.9万辆和835.3万辆,同比分别下降11%和12.1%,不过,其中新能源汽车产销量分别为36.8万辆和36万辆,同比分别增长58.5%和59.8%。

据了解,2019年工信部将持续优化新能源汽车标准体系,建立与新能源汽车强制性和推荐性国家标准相协调的体系框架,加快燃料电池电动汽车、动力电池回收利用等标准子体系建设,以《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》编制为契机,深入研究新能源汽车与能源、交通、通信等融合发展趋势,不断优化完善新能源汽车标准体系。

其中,在动力电池回收利用领域,工信部将完成动力电池材料回收要求、包装运输规范、拆卸要求、梯次利用要求等标准报批工作,完成汽车用废旧动力电池拆解技术规范技术审查,加快推进放电规范和梯次利用产品标识等标准制定,开展回收拆解指导手册和可梯次利用设计指南等标准预研和立项工作。

开心汽车集团正式在美上市

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)国内二手车经销商开心汽车集团近日正式登陆美国纳斯达克资本市场,股票代码为KXIN。由此,开心汽车集团成为中国第二家成功赴美上市的二手车企业。

开心汽车集团成立于2015年,前身为人人汽车,是人人公司旗下全资子公司。2015年,开心汽车集团以汽车金融业务进入二手车行业,2017年正式进入二手车零售,主要从事高端二手车交易服务。

数据显示,开心汽车集团自营业务覆盖全国14座城市、近20家门店,服务近千家中小二手车经销商。

目前,国内新车市场持续遇冷,但二手车交易日渐火热。数据显示,2018年国内二手车交易量为1382.19万辆,同比增长11.46%。

进入2019年,相关部门多次发文鼓励二手车市场发展。年初,国家发改委等十部委联合印发《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》,该方案围绕二手车交易等六个方面推出促进消费措施;5月6日,商务部宣布,将联合其他两部门正式启动二手车出口工作,此举有望推动国内二手车产业进一步发展。

2.05万元起 63辆带牌车开拍

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)北京法院网近日发布消息称,北京法院已启动2019年第二期涉案京牌小客车司法处置工作,共有63辆小客车(带指标)将被处置。

本次进行司法处置的小客车为刑事案件以及民、商事案件中查封、扣押的车辆,公众可通过北京法院网、北京市小客车指标调控信息系统网站等渠道登录北京产权交易所京牌小客车司法处置网络平台查看处置车辆信息、处置公告,并参与竞买。

北京商报记者注意到,此次司法处置的63辆京牌小客车的现状、照片、视频等信息均被公布在北京产权交易所网站上。其中,起始价最高的为顺义法院处置的一辆大切诺基,该车评估价为38万元,评估价最低的是朝阳法院处置的一辆长安品牌小客车,该车评估价为2.05万元。

根据规定,竞买人须具备小客车摇号资格,尚未取得车辆配置指标的个人、法人及其他组织不得参加竞买。

面对如何完成2019年41万辆的销量考题,相比此前打头阵的SUV车型新一代KX5,作为起亚在华合资公司的东风悦达起亚,还是将宝押在销量大户紧凑型车型K3上。近日,东风悦达起亚全新一代K3正式上市,并把竞争对手瞄准东风日产轩逸、广汽丰田雷凌等热销车型上。



本次推出的东风悦达起亚全新一代K3,共发布七款车型,厂家指导价为9.88万-12.88万元,全系车型均配备自动挡,低价杀入国内紧凑型轿车市场。据了解,该车型作为东风悦达起亚“本土化”战略的第二款车型,针对中国消费者喜好进行设计。在“Design KIA”设计理念下,该车型采用鲸鲨式前脸设计,并以仿生学设计勾勒车身线条,同时将时下流行的LED日间行车灯及17英寸双色铝合金轮毂等,也搭载到全新一代K3上。

同时,在消费者关注的车辆安全配置上,东风悦达起亚全新一代K3还搭载KIA智能安全辅助系统(DRIVE WISE),具备FCA前方防撞辅助、LDW车道偏离辅助、LKA车道保持辅助、DAW驾驶员疲劳提醒、HBA智能远近光调节、BCW盲点碰撞预警等功能。

此外,为进一步提升与广汽丰

(上接A1版)

田雷凌等热销车型的竞争力,该车型换装全新1.5升发动机,匹配IVT智能无级变速器,能够模拟出8AT,百公里工况油耗降至5.1升。同时,东风悦达起亚全新一代K3还将配备kappa 1.4T+7DCT动力系统版车型。

业内人士表示,在整体销量下滑背景下,东风悦达起亚已无退路,而走量车型K3无疑是走出泥潭的救命稻草。

数据显示,2018年东风悦达起亚销量仅为36.28万辆,相比2016年销量顶峰期的65万辆折损过半。在东风悦达起亚整体销量下滑背景下,曾经创造月销超2.6万辆的K3,2018年销量也跌至7.8万辆,但该车型占整体销量比例仍高达21.5%,无疑是东风悦达起亚的销量贡献大户。此前,时任东风悦达起亚汽车有限公司董事、总经理苏南永,曾公布2020年销量将达百万

辆的目标,而在该目标已基本无望、销量下滑的情况下,新上任的东风悦达起亚总经理陈炳振的目标只有一个:提振销量。

按照东风悦达起亚规划,2019年将推出五款车型,除已上市的全新一代KX5、全新一代K3外,四季度还将推出一款中小型SUV和两款新能源车型。汽车行业专家颜景辉认为,相比四季度推出的三款车,目前上市的KX5和K3才是东风悦达起亚能否完成2019年41万辆销量目标的关键,其中销量占比较大的K3更是重中之重。

东风悦达起亚相关负责人表示:“目前全新一代K3预售量已超过1.2万辆。”但是,该车型想分食竞争对手的销量份额也并非易事。与目前紧凑型轿车销量冠军上汽大众朗逸相比,即便顶配车型终端优惠已达两万元,K3顶配车型仍有近两万元的价格优势,但与东风日产轩逸相比,在售价、配置接近的情况下,品牌力成为K3的硬伤。事实上,在与合资品牌车型竞争的同时,东风悦达起亚全新一代K3还要面对自主品牌车型的阻击。以吉利品牌为例,在售价7万-12万元市场,布局了帝豪、缤瑞、帝豪GL等车型,并且自动挡车型售价也与东风悦达起亚全新一代K3相当。

业内人士表示,东风悦达起亚K3深耕国内市场多年,并取得不错的销量成绩,本次换代也通过本土化设计迎合国内消费者购车需求。在面对合资品牌、自主品牌夹击时,东风悦达起亚采取怎样的渠道营销和价格调控策略,将成为该车型能否助力东风悦达起亚整体销量提升的关键。

北京商报记者 刘洋/文 企业/供图

508L遇冷 东风标致靠什么走出谷底

自救之路难现坦途

为提振销量尽快重返赛道,东风标致已制定自救措施。此前,神龙汽车公司旗下东风标致品牌召开2019年经销商大会,确定东风标致发展方向,并确定2019年销量目标由2018年的30.65万辆下调至14.05万辆。

在经销商层面,东风标致计划通过提升单车毛利、水平业务和售后利润促进经销商开源;通过降低运营成本、提升运营能力,促进经销商节流。同时神龙汽车公司执行副总经理李军表示,东风标致将开始注重品牌价值提升,价格定位也将回归理性,并希望东风标致品牌溢价能力能在行业排名第15位。对此,上述东风标致经销商负责人表示,为提升品牌价值,在508L销量不佳的情况,厂家

也规定该车型不会在2019年进行降价促销。

汽车行业专家颜景辉表示,溢价能力的提升能够延长车型价值的保鲜期,达到提升品牌价值的目的,很多品牌旗舰车型均会在上市之初坚守厂家指导价。

然而,随着508L上市即遇冷,月销仅几百辆,东风标致所强调的价格回归理性并未体现。据了解,东风标致508L起售价为15.97万元,但销售人员称,1.6T入门级车型配置较低,性价比并不高,而且是国五车型,真正主打车型为厂家指导价18.97万元的驾控版及22.57万元的顶配车型。但在该价位区间,东风标致新一代508L面对的竞争对手为一汽-大众迈腾、广汽本田雅阁等中级轿车市场老将。不仅如此,东风标致新一代508L车型配置单显示,市场中很

多中级车型标配的自适应定速巡航、车道保持辅助等功能,新一代508L仅顶配车型能够加装。销售人员给北京商报记者算了笔账,如果顶配车型加齐选装配置,售价将高达25.47万元,并不占优势。

对此,业内人士表示,从东风标致对新一代508L销量的“不苛求”,以及制定的14.05万辆的年销目标来看,2019年东风标致要以牺牲销量为代价,提升品牌价值重塑品牌定位。但是,新车型在上市之初不能通过销量数据被市场认可,后期很难翻身。同时,旗舰车型不被市场认可,同样不能担负口碑和品牌价值提升的重任,东风标致以牺牲销量为代价,反而得不偿失。如今市场竞争激烈,众多车企正迅速瓜分市场份额,如果不能尽快从产品端取得新突破,东风标致将继续被边缘化。