

# 高优惠难换量 车市未现“金九银十”

面对今年国内车市销量放缓，“金九银十”传统销售旺季被众多经销商认为是冲击全年销量的一剂良药。各经销商也打破以往消费者进店量提升缩减优惠保利润的惯例，继续开出大幅优惠只为走量。但是，北京商报记者近日走访发现，经销商持续放出高额优惠，但即便部分车型优惠相比8月提升近万元，销量仍未见起色，“金九银十”爽约车市。中国汽车流通协会相关负责人表示，9月国内车市表现与8月持平，并未达到经销商预期，“金九”并未出现，经销商希望通过“银十”再冲销量。

## “黄金周”优惠再加大

为在今年最后一个长假期间冲刺销量，“十一”期间各经销商均针对旗下车型加大优惠力度。

“现在CS75可以优惠到1.2万元；‘十一’期间优惠相比之前增加4000多元。”一位长安汽车销售人员对北京商报记者表示，今年“金九银十”期间购车比较划算，不仅车型优惠增加，店内还将赠送部分装饰。

同时，北京商报记者发现，长期占据自主品牌SUV销量冠军的哈弗H6车型，“十一”期间的优惠金额已经翻倍。一位长城汽车销售人员称，目前哈弗H6车型现金优惠升至1.5万元，此前优惠仅7000元。同时，该车型还享受8000元的金融贴息补贴和旧车置换补贴。

事实上，在自主品牌加大车型优惠的同时，合资品牌也持续“放价”。一位东风悦达起亚销售人员透露，店内希望通过“十一”冲刺销量任务。而打算近期购入东风悦达起亚K3的市民王先生表示：我关注这款车一个多月了，此前由于K3刚上市，优惠力度并不大，但现在优惠已达1.3万元，



如果分期购买，优惠能提升到1.5万元。”

不仅现金优惠，部分品牌还推出优惠购车方案以刺激销量提升。一位东风日产销售人员介绍，“十一”期间店内为不同车型推出超值大礼包，含有10次保养、五年15万公里整车保修、赠送两年盗抢险等11项服务。刚刚签订购车合同的市民张先生对北京商报记者表示，已经看车3个多月，想找到价格比较合适的时机出手。“此前东风日产奇骏优惠为2.5万元，现在最终优惠为3.2万元，而且经销商还赠送10次保养、车内装饰等，现在购车比较划算。”他说。

一位合资品牌经销商负责人表示，今年国内车市销量持续放缓，各品牌之间的

竞争异常激烈，为缓解库存压力完成全年销量，加大车型优惠吸引客户是最直接的手段。

## “金九”现透支效应

值得一提的是，虽然各经销商通过加大优惠以期在“金九银十”冲刺销量，但消费者进店量与成交量却远未达经销商预期。

“实际上，9月开始店里已经在为年底冲量做准备，但是到店消费者大多还是观望，最终成交的并不多；‘十一’期间也是如此。”一位东风雪铁龙经销商负责人表示，虽然9月车市受国五、国六排放车型切换的影响逐渐恢复，但此前车型切换还是透支

不少市场需求。

此前，为了在国六排放标准到来前清理国五车型库存，各经销商曾大力放价清库。汽车行业专家颜景辉认为，“国五、国六车型切换，导致一些消费者处于观望期，这在一定程度上影响了今年‘金九银十’的销售”。

一位合资品牌经销商负责人表示，“国五、国六切换，6月已经透支大部分车型销量。目前，经销商已经采取各种促销举措，尽可能让消费者成交或提前成交，但持续观望的还是居多，这种情况在10月仍会继续”。

值得注意的是，虽然车市整体销售情况不佳，但部分豪华品牌却相对“火爆”。虽

然新车优惠不多，但在消费升级背景下，奔驰、宝马、奥迪等豪华品牌针对购车金融作出一系列优惠，置换或者重购消费者还可享受高达万元的保险礼包。

颜景辉认为，目前国内车市仍以置换为主，消费者对新购车辆的品质有了更高要求，再加上一些豪华车品牌价格也在不断下探，因此豪华车型仍较受市场青睐。

## 11月再搏销量

数据显示，今年前8个月，国内汽车销量为1610.4万辆，同比下降11%。中国汽车工业协会秘书长助理陈士华表示，8月以来，行业整体大幅下降的情况虽有所改变，但面临的压力并未有效缓解。

新车销量持续放缓，导致经销商的亏损面不断扩大。据统计，今年上半年全国汽车经销商亏损比例为44%。仅有29%的经销商盈利，总量不足9000家。

车市竞争加剧，也让多数处于亏损的经销商压力倍增。数据显示，今年9月汽车经销商库存预警指数为58.6%，库存指数依旧处于高位。中国汽车流通协会相关负责人表示，9月为季度末，经销商提车任务量增加，库存压力加大，为保证销售任务完成，经销商加大促销力度，降价销售。每年“金九银十”为车企销量“爬坡期”，不过近年来“金九银十”的旺季销售规律已被打破。市场整体需求并不旺盛，而且下行压力非常大，今年“金九银十”不会出现太旺的销售，这也让各经销商冲刺年底任务困难加剧。”

不过，颜景辉表示，尽管“金九银十”开局不利，但在年底的“铂金”11月经销商或许还有望冲刺任务量。一般来说，从11月下旬开始，为完成全年销售目标，各厂家和经销商还将推出优惠购车方案。因此，在“金九银十”后，11月才是汽车市场最后一轮重启的节点。”他说。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄

# 创界上市 雪佛兰搅局紧凑级SUV市场

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)SUV阵营中，探界者与创酷组成的“大小”组合成为雪佛兰在华征战的一柄利器。然而，在各车企密集推新布局SUV各细分市场背景下，上汽通用雪佛兰产品线中仍然缺少一款紧凑型SUV车型。为补齐产品短板，上汽通用雪佛兰近日推出创界车型，定位为紧凑型SUV，共推出包括Redline尚·红系列及RS系列在内的5款车型，官方指导价分别为13.99万-17.99万元。

据了解，该车型基于雪佛兰FNR-Carry ALL概念车打造，长宽高分别为4411毫米×1808毫米×1664毫米，轴距为2640毫米。创界的上市，意味着雪佛兰品牌针对中国SUV市场的战略布局进一步深化，紧凑型SUV市场也迎来新选手。

一直以来，紧凑型SUV为国内最大的细分市场。数据显示，今年7月国内A级SUV累计销量为42.9万辆，同比增长7.9%，占SUV市场总销量的66%。

业内人士认为，虽然近期SUV车型销售趋缓，但该车型的存量需求仍将使其继续扮演市场支柱的角色。尤其是上汽通用雪佛兰创界所处的紧凑型SUV细分市场，在SUV市场中的份额稳定在50%左右。

创界上市前，在国内的SUV市场中，长期以来上汽通用雪佛兰凭借小型SUV创酷和中型SUV探界者两款车型征战市场。随着创界上市，雪佛兰将再度深化SUV家族战略布局，进而实现从入门级SUV到中级SUV市场的全面覆盖。

实际上，创界是雪佛兰“双车战略”下一款新车型，未来将与创酷形成双线发展策略，抢占小型SUV和紧凑型SUV市场更



多份额。事实上，同属上汽通用集团的别克品牌，此前已推出昂科拉和昂科拉GX两款车型，形成优势互补。雪佛兰创界定位于紧凑型五座SUV，主要面向注重运动和时尚感的年轻消费群体，前期将推出创界Redline和创界RS的车型，个性化是这款新车的主要标签。

在配置方面，上汽通用雪佛兰创界全系标配自动LED大灯、多功能运动方向盘、EPB电子驻车、USB多媒体接口及蓝牙连接、高保真6扬声器音响系统、电动调节外后视镜、纳米级防PM2.5空调滤芯等。同时，新车搭载1.3T涡轮增压发动机，最大功率121千瓦、峰值扭矩240牛·米，传动系统匹配CVT/9AT变速箱，而1.3T+9AT车型还配备智能适时四驱系统。

值得注意的是，按照价格和定位来看，创界主要的竞争对手为东风日产逍

客、一汽-大众探歌等车型。除合资品牌车型，创界还将面对吉利博越PRO、广汽传祺GS4、WEY VV6等自主品牌对手。不过，相比东风日产逍客15.49万-18.59万元、一汽-大众探歌自动挡车型14.98万-20.38万元的官方指导价，上汽通用雪佛兰创界的起售价仅为13.99万元，进一步降低购车门槛。

“过去，雪佛兰在中国只有探界者一款SUV车型，而新一代创酷和创界的陆续上市，则令整个产品型谱更为齐全。”上汽通用汽车雪佛兰市场营销部部长吉祺炜表示，雪佛兰SUV车型覆盖销量最大、最密集的价格段位。与此同时，新一代创酷、创界和探界者又分别处于不同的细分市场，可从入门级SUV到中级SUV，全面满足不同阶段的消费者用车需求。

企业供图

# 加快产品更新 长安福特欲重回赛道

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)长安汽车与福特汽车近日宣布全面深化战略合作，并发布长安福特加速计划。此次深化战略合作的重点内容为，强调双方将继续在业务模式和合作框架上努力创新，利用各自的优势和能力实现合作伙伴关系的战略转型和升级，并以长安福特和全国销售服务机构(NDS)为载体，从研发、生产、供应链、营销、创新“五大方面，汇集双方优势，增强长安福特的研发能力，升级智能制造水平，推出更符合中国市场需求、适应中国消费者驾驶习惯的产品和技术。积极推动长安福特从传统汽车企业转变为集电气化、互联化、智能化车辆制造和积极参与智能出行的新型汽车企业。

近年来，产品老化被认为是长安福特销量不振的重要短板。长安福特相关负责人表示，加速产品更新是长安福特加速计划“成功的关键，长安福特将加快产品更新速度，并加速提升营销能力，全面提升客户体验。作为福特中国“产品330计划”的重要一环，2019-2021年底，长安福特将陆续投放至少18款新产品，从而进一步完善产品谱系。2021年底前，还将推出5款新能源车型。

据了解，在加快产品投放速度的同时，长安福特还将在车联网等方面持续加码。据了解，今年底，所有长安福特新车型将实现100%车联网；2019年起，长安福特推出的新车型将搭载具有行业领先水平、针对中国消费者需求并结合百度人工智能核心技术的SYNC+福特智行信息娱乐系统；同时，大部分长安福特新车型

还将搭载具有L2级别自动驾驶功能的福特Co-Pilot360智行驾驶辅助系统；首款搭载蜂窝车联网技术(C-V2X)的车型也将于2021年量产。由此，中国成为福特全球首个将C-V2X技术应用于量产车上的市场。

同时，“长安福特加速计划”的另一个核心环节是加速提升产品本土化研发与测试能力。为此，长安福特将成立长安福特研究院，携手福特汽车，共同为中国消费者量身设计他们所喜爱的产品。据介绍，新成立的长安福特研究院将继续充分利用福特全球研发体系的资源和优势，根据中国消费者的审美和使用偏好，深度融合福特产品设计DNA与中国的设计美学，打造国内领先、世界一流的产品创新研发机构，实现产品规划、造型结构、整车项目管理等各环节的产品开发体系。

此外，整合资源、深化共赢也是打造中国设计过程中的重要一环。长安福特研究院秉承双方母公司在汽车研发上的深厚积淀，横向合作、资源共享，加速提升产品测试能力。未来其将具备样车制造、排放及环境、电器、整车及零部件耐久、新能源、NVH、动态及性能、国六排放测试等多项测试能力。

此外，据透露，长安福特将加速福特品牌和林肯品牌新车型的国产化工作，并进一步升级智能制造体系，为长安福特铸就更具品质感的中国智造标签。首款林肯品牌车型将在长安福特投产，2020年全新福特探险者也将进行国产。未来，将有更多福特和林肯品牌新车型在长安福特实现国产。