

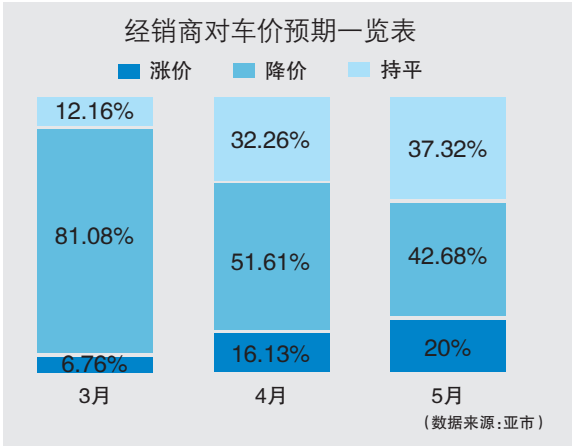
伴随着京城摇号中签者的购买力释放,北京车市迎来了“小阳春”。北京亚运村汽车交易市场(以下简称“亚市”)最新的统计数据显示,2011年4月北京交易新车3.04万辆,环比增长19%。虽然销售数据同比去年仍旧呈现负增长的态势,但北京新车销售今年首破3万辆关口,车市释放出回暖的信号。

5月京城车市将温和上涨

中国汽车工业协会此前发布的信息显示,中国汽车27个月内首次出现产销负增长。在这样的大背景下,亚市副总经理颜景辉预测,京城车市5月销售情况仍会维持4月水平。新车上市、厂商促销、油价上涨、用车成本增加等喜忧参半因素的交织出现,使5月北京汽车市场在磨合中温和上涨。

据了解,截至4月底,北京有近50万人参加摇号,先后产生了7万多个中签者。北京个人购车占新车交易的比例从3月的67%上升到74%,提升了7个百分点。

在颜景辉看来,车市回暖有两方面原因,首先是厂商加大促销力度,激发了消费者的购车热情。另外就是有些紧俏热销车型供不应求,价格不降反升的市场表现,符合了消费者“买涨不买落”的心态。



亚市一站式数据也显示,北京新增车上牌率已从2月的13%上升到4月的40%。对此,颜景辉认为,第一、第二批中签者的购车指标期限临近,使消费者更加关注车市的供求情况和价格动态。通过相当一段时间的持币观望,一些消费者纷纷出手购车,释放了部分消费力。

与此同时,4S店推出

的新车以旧换新业务也给市场注入了活力。记者在市场采访时发现,汽车厂商高度重视二手车置换市场。尽管受到日本地震影响导致配件供货不足,日系车库存紧张导致优惠幅度大幅缩水,但经销商仍打出了优惠措施,围绕置换业务展开了优惠。

记者在一家广汽丰田4S店看到,目前广汽丰田

的经销商针对置换提出了享受1000元代步基金或同等价值代步车免费使用的优惠政策,激发了置换消费者的换车欲望,相互带动,提升了车市的人气和消费氛围。

值得关注的是,作为进口车的集散中心,京城进口车销售始终保持逆市上涨的态势。统计数据显示,4月北京进口车交易3400辆,环比增长9.7%,占当月新车交易总量的11%,其中有70%的进口车销往外地。

不过,亚市商务信息部部长郭咏认为,日本地震对市场的影响将会在5月凸显,由于货源紧缺,进口车将在5月出现预订周期延长、加价比例进一步增加的趋势。记者在探访亚市时也看到,进口车专卖区所剩车型很少,部分已经断货。

本报记者 蓝朝晖
实习记者 刘硕/文 张彬/制表

连续第八个月两位数同比增长

福克斯累计销量突破70万辆

日前,记者从长安福特获悉,虽然中国车市增速整体放缓,但长安福特明星产品福克斯的销量却保持了强劲的增长势头,同比增幅19%,连续第八个月保持两位数同比增长,4月17556辆的单月销量也让福克斯的累计销量突破70万辆。



洞悉市场 持续升级

上市五年多,福克斯始终引领竞争激烈的中级车市场,根本原因在于其对中国消费者需求的深刻把握和高度契合。

中国消费者购车的首要考虑因素是外观。五年多来,无论是早期的“新边缘设计”还是现在的“动感设计”理念,福克斯的外观始终沿着最受中国消费者喜爱的方向演进。

精准的操控性是福克斯与生俱来的优秀基因,也是福克斯无惧任何竞争对手的独门秘籍。福克斯量产车采用与赛车相同的强化底盘,配以四轮独立悬挂系统和高刚性车身,

带来无与伦比的驾驭乐趣。在历次升级中,这一优势得到全面保留,并根据消费者的反馈,针对乘客舒适性进行了大幅提升,令驾驭乐趣和乘坐舒适感兼得。

面对中级车市场的风云变幻,福克斯同样善于迎合市场需求的变化,增加产品配置并对价格体系进行调整,以超高的性价比不断巩固强大的竞争优势。随着消费者对舒适性的需求升级,2011款福克斯时尚型新增豪华皮质座椅,运动型则新增双区独立控制自动恒温空调,为用户创造更加惬意的驾乘环境;基于中国消费者对汽车天窗情有独钟,2011

款福克斯多达8款车型配有大型双开启电动车窗。10.48万-14.88万元的全新价格区间树立了同级新基准,让更多的消费者触手可及。

网络扩张 助推销量

JD POWER 调查显示,近几年二、三线汽车市场迅速崛起,市场份额已经超越一线市场。长安福特快速扩张的经销商网络及时适应了中国车市的这一变化,为福克斯深耕二、三线市场抢占了先机。

2010年长安福特新增100家经销商,其中大多集中在二、三线城市。截至目前,长安福特全国授权经

销商数量已达348家,销售及网点428个,2011年这一数字还将继续扩大。伴随着经销商网络快速深层次的扩张,福克斯的销售触角进一步向二、三线市场延伸,仅用一年多即实现了累计销量从50万到70万的飞跃。

与此同时,长安福特的市场营销也在同步深化。2011年,长安福特大篷车全国巡游活动将深入52个三、四线城市,将长安福特“感受非凡”的品牌理念和赛车文化推向深远。伴随着营销活动的深入,福克斯多年积累的良好口碑进一步转化为了销量。

本报记者 钱瑜
厂家/供图

· 进口车 ·

二季度进口车恐现囤车潮

尽管进口车的增长远高于国产车的增长,但受日本地震的影响,二季度进口车将面临供给减少的风险,从而导致经销商的囤车。

“‘日本地震’这一突发事件对中国进口汽车市场供给产生的影响最快将在三季度末彻底消失,因此受此影响的进口车将减少三成的供给,这无疑会给今年整体车市带来更多的不确定性。”中国进口汽车贸易有限公司市场营销部经理王存表示,二季度将成为进口车市的分水岭,进口品牌经销商都将面临盈利的难题。

记者在亚市采访发现,目前部分进口车已经出现了断货的现象,在亚市的名车苑,半数的展厅空荡荡,没有了以往车辆密集排放的盛况。

一位日系品牌的经销商告诉记者,自4月以来,进口车特别是SUV的供应量急剧下降,目前已到了无车可卖的尴尬局面。

亚市副总经理颜景辉也表示,伴随着日本地震的影响,目前亚市进口车进货量都维持在最低水平,从而引发终端成交价格上涨。

据了解,目前亚市进口车的加价车型已上升到总量的40%以上,已有46.7%的进口车经销商开始主动囤车,以应对可能出现的销售断档。

一家日系进口车经销商对记者透露,目前已经囤了一批车,早在4月初,一些经销商就已经纷纷向厂家下订单,提前准备大量的热销车型,以备不时之需。

不过,记者发现,对于一些受日本地震影响较小的进口车品牌并未出现较大的价格波动,仍然按照预订合同供货,同时储备也比较充足,只是经销商对即将出现的市场冲击提前做好了应对的准备。

王存认为,尽管像北京等一线城市将有可能出现缺货的现象,但二、三线城市将成为中国进口汽车增长红利区。

据了解,今年以来伴随着各大城市出台“限车”政策,跨国公司纷纷下沉经销商渠道,加速在中国二、三线城市的布局。

行业数据显示,我国一季度进口车上牌量达19.5万辆,同比增长40.9%。值得关注的是,与年初业内普遍预测今年进口车将突破100万辆大关不同,王存预测,二季度上牌量预计在19万辆左右,2011年全年上牌量将维持在《2010中国进口汽车市场年度报告》预测的80万辆。
本报记者 蓝朝晖

· 资讯 ·

梅赛德斯-奔驰开展夏季保养活动

日前,梅赛德斯-奔驰推出了“畅享夏日”为主题的夏季保养活动。作为梅赛德斯-奔驰价值升华计划的主要部分,该活动在全国范围内陆续展开,华北、华东和华南三个区域市场的活动时间依次为5月16日-29日、5月30日-6月12日和6月13日-25日。

特别针对夏季驾驶环境和车况变化,今年的夏季保养活动将为梅赛德斯-奔驰车主免费提供包含空调系统、驾驶性能和行车安全三个方面的18项全面检测服务,以确保车辆在炎炎夏日运转自如,使车主获得更加安全和舒适的驾驶体验。此外,车主还可享受检测后续维护项目的配件及工时费20%的优惠,并可获赠梅赛德斯-奔驰为车主准备的精美纪念品。

东风悦达起亚K5推出精品选装件

记者近日获悉,即日起,凡在东风悦达起亚任一专营店购买K5 2.0GLS AT或2.0TOP AT车型,即可以5000元的超低价格获得“全景天窗+LED日间行车灯”精品选装包。

根据消费者配置喜好度的调研结果显示,“全景天窗+LED日间行车灯”的配置组合好感度最高,取得了40%以上的投票率。为进一步增强K5的商品竞争力,东风悦达起亚特别开发了此款选装包:其LED日间行车灯采用节能高亮LED灯,开启时视觉效果强烈,凸显动感活动外观,在赋予科技时尚魅力的同时提升车辆安全性能;采用全景天窗设计的全玻璃车顶,则让K5豪华指数倍增,塑造了外观迥异的造型,强化了高效的采光性能。

本报记者 钱瑜/整理