

“微增长”时代来临、新能源突飞猛进、汽车电商蓄势待发、反垄断调查持续……

车市深度调整 浮躁心态待除

■李永钧

马年岁末,一个特定含义的词汇“新常态”一举成为家喻户晓的年度热词。再稍作盘点中国车市不难发现,阵阵新常态之风正向着羊年车市吹来——“微增长”时代来临,新能源突飞猛进,汽车电商元年到来,汽车反垄断措施持续……

统计数据显示,2014年,中国汽车产销量双双突破2300万辆,汽车保有量超过1.3亿辆。自2009年起,中国汽车产销量连续六年蝉联全球第一。业内专家认为,2015年,中国汽车市场在新常态之下将面临深度调整,产销量高增长态势将不可能延续,但汽车工业的快速发展给整体产业链带来了巨大商机。

“新常态”不可逆

2005年至2010年,中国汽车市场经历了一段快速增长期,年均复合增长率曾高达35%,2011年后放慢至9%。但这只是个开始,业内预测今年车市同比增长7%,2015年至2020年的汽车销量复合增长率也将维持在个位数,这意味着“微增长”将成为车市新常态。

业内专家认为,我国汽车产销规模已经连续6年位居全球第一,即将迎来天花板,车企竞争将进入零和博弈阶段。而当一个行业进入低速增长后期,企业的增长只能来自对其他车企业市场份额的吞并,车市将进入丛林时代。自去年起,反垄断贯穿汽车全产业链,今后还将持续深化,将成为行业新常态。另外,近几年汽车发展和能源、交通、环保的矛盾日益突出,越来越多城市推出限购限行政策,加剧了汽车供给和需求之间的矛盾,去库存化也将成为车市新常态。

新常态还体现在近年互联网、大数据处理等新技术大举“入侵”汽车业,势必改变汽车业的制造结构、物流结构、消费结构,并进一步丰富汽车发展的商业模式,从研发、生产、物流、营销到后市场的各个环节,汽车发



春节前夕,河南省内黄县永青车业电动车迎来生产销售高峰,工人们加班加点忙生产,供应春节市场。
刘育坤摄/CFP

展生态圈也将重新构建。另外,汽车业在经历快速增长后,利润增长点正在发生转移,呈现出向水平延伸的态势。二手车、汽车金融、汽车租赁等业务发展迅速,一些汽车集团开始尝试做汽车电商事业,汽车销售模式面临着新的变革。

随着全面深化改革的推进,汽车在市场配置中的资源作用更加凸显。受市场规律的影响,强者更强,弱者更弱的“马太效应”将成为新常态;合资企业具有明显的主导地位,自主品牌越来越处于“边缘化”。从消费需求看,模仿型消费阶段基本结束,个性化、多样化消费渐成主流;MPV、SUV等车型受到消费市场的关注,车市将逐步从单调重复的款式中脱离出来。

挑战与机遇并存

毋庸置疑,新常态对汽车业发起了挑

战。特别是“微增长”时代来临,车企面临经营压力。2014年,我国主要25家汽车生产商中,13家未能完成年度销售目标,完成率为48%;其中自主品牌成为“微增长”时代最受伤的群体。

由于面临财务困境,很多自主品牌或将难以盈利。以比亚迪、奇瑞汽车为例,近年来均出现持续经营性亏损,以政府补贴苦苦支

撑,而青年莲花几近崩盘。车市低迷也伤及经销商。2014年,汽车流通领域从单店亏损的个案扩大到70%~80%经销商亏损,汽车经销商集体向厂商要求返点补贴填补亏损,一时间成为行业焦点。

虽然“微增长”给整个汽车行业造成压力,但能变压力为动力,使车企更注重自生能力,因此也孕育着希望及机遇。从市场竞争特点看,市场竞争逐步转向质量型、差异化为主的竞争,供求关系也将逐步走向正常的状态;从投资需求看,基础设施及新技术、新产品、新商业模式的投资机会将大量涌现。

随着汽车发展与能源、环境保护矛盾的日益突出,汽车保有量不断上升也在加大我国石油的对外依存度。在此压力下,新能源汽车发展被提到战略高度。国家在2014年出台了一系列政策,提振新能源汽车市场;废止地方新能源汽车推广目录,打破地方藩篱,对经营性集中式充换电设施用电实行价格优惠,对符合条件的新能源汽车免征车辆购置税。

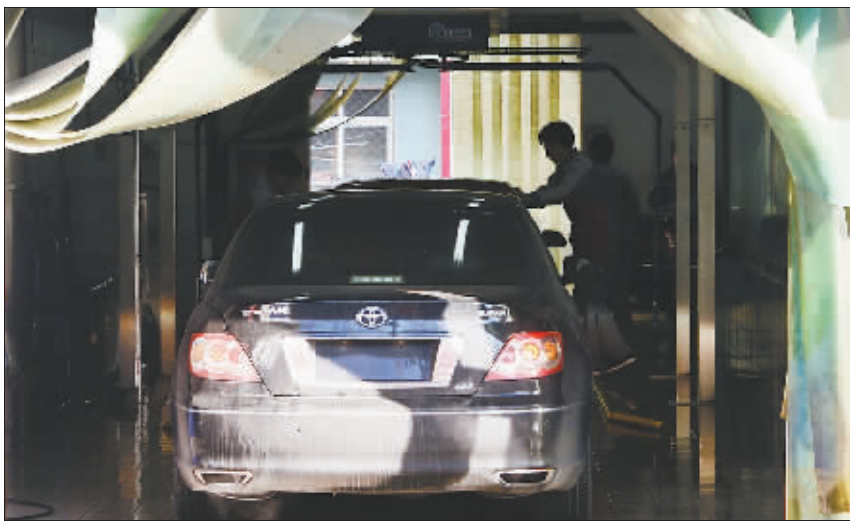
另外,继北京宣布限购后,陆续已有8个城市推出了小汽车限购措施。尽管限购缩减了当地新车销售市场总量,但对新能源汽车也带来了机会,毕竟限购的是传统汽车,消费者在购车时将倾向选择节能环保的新能源汽车。

不可否认,互联网的迅猛发展对传统制造业产生巨大冲击,但也为所有传统制造业提供了发展空间。由于互联网的介入,整个

市场的全方位产品布局。而反观合资企业在MPV市场尚未完全开发,布局并不完整,很多企业根本没有MPV车型。在合资品牌还没来得及深入挖掘MPV市场时,自主品牌已经完成了产品线的调整和升级,使得自主品牌MPV家用市场保持领先,成为在车市中突围的一根杠杆。

其次,相比竞争白热化的轿车市场,尚未完全开发的MPV市场成为自主品牌发展的机遇。三四线城市经济型轿车升级需求也是自主品牌MPV车型销量的重要拉动力。特别在中国农村的广大市场上,MPV作为家用和商用两相宜的产品,一直是农民和小商户等消费群体的最爱。宜商宜家宜生意,多功能多用途,这正是MPV的最大长处,而自主品牌恰恰最能发挥这一长处。近些年的销售数据也表明,五菱、柳汽和长安的销量居高不下;轿车逐渐已不再是购车首选。随着多样化的需求逐渐释放,越来越多的人甚至在第一次购车时就考虑MPV车型。

再次,自主品牌的灵活性非常高,比如菱智,分为V3、M3和M5等车型,而且还都有



春节假期过后,陆续回京的车辆扎堆洗车,让洗车行的生意火了。图为北京市安定门附近的一家洗车行迎来“开门红”。
CFP供图

很大的进步,但自主品牌的竞争力与外资品牌之间的差距仍然很大。自主品牌的生存与发展将成为今年两会汽车行业代表委员的关注热点。目前自主品牌最大的问题是什么?应该是整个体系能力的完善与提高。自主品牌的崛起不仅需要企业的自身努力,同时也需要相关政策的支持。

●新能源汽车

新能源汽车的发展问题,已经超越其本身的意义,特别随着环境、能源问题的日益尖锐,显得越来越紧迫。2009年,中国提出新能源汽车发展的具体目标与规划,但政策目标与现实情况存在较大的差距。现实情况是,政府大力扶持,市场反应冷淡。如何落实中央政策,破除地方保护;如何在技术层面使电池、电机和电动等核心技术得到根本性提升,降低成本提高效率;在配套建设方面如何充分保障。不解决这些问题,新能源汽车产业化将是一场空谈。

从目前来看,新能源汽车市场已经具备

大规模推广的基础。因此,这次全国两会也将聚焦于新能源汽车政策的顶层设计与商业模式的创新。如何更快、更有效地普及新能源汽车,将成为两会关注的热门话题;同时,新能源汽车配套设施建设也将受到今年两会汽车行业代表委员的关注。

●体制改革

今年全国两会对于汽车产业最大的关注点应该是国有汽车企业的改革,以及对于民营汽车企业的准入。随着时代的不断发展,运行多年的汽车行业管理体制显露的弊端,已成为中国汽车产业发展的无形束缚。无论是兼并重组、汽车销售、税收分配,抑或还是在标准法规、长效政策、考核标准等诸多方面,都存在着不同程度的亟待改变的地方。汽车行业的体制改革和配套机制完善,已经成为当务之急。而对实施十年之久的“汽车产业政策”的修订还在酝酿。现行政策与今非昔比的产业环境已经不相适宜。在其它行业的改革更加深入,渐

五座、七座和九座版,满足不同细分人群的需求。另外,自主品牌MPV极具性价比优势,这也是合资品牌很难做到的,目前一些合资品牌MPV车型价格多在20万元左右,而自主品牌价格要比合资品牌实惠得多,一些品牌的车价甚至下探到10万元以下,对合资品牌别克GL8、本田奥德赛等车型构成强大的压力。过去,如别克GL8、本田奥德赛等车型是MPV市场的主流车型,如今,这一格局已经发生了根本性的转变,诸如上汽通用五菱、东风柳汽、江淮瑞风、东风风行、金杯阁瑞斯等自主品牌MPV都已迎来市场春天,并扭转了传统的市场格局。

虽然销量喜人,但自主品牌MPV车型的发展现状中还存在明显的短板——低端化、做大而未做强,将是困扰自主品牌MPV最为核心的问题。自主品牌MPV如五菱宏光、欧诺、东风小康等销量前十的车型售价集中在4万元~7万元的低端市场,中端市场仅中寻访蓝海,还不如好好经营MPV这片“近海”。其实MPV市场也是一个杠杆,足以让深耕细作的品牌获益匪浅,并迎来更大的市场空间。

●汽车社会

根据中国社科院发布的《中国汽车社会蓝皮书》,中国已正式进入“汽车社会”。与此同时,随着汽车保有量不断升高,带来的能源、交通、环境等问题已日益凸显。

我国多数机动车的污染物排放量高于发达国家数值。城市里不断增长的车辆和道路交通流量以及城市中心区停车难的问题,带来了越来越严重的交通拥堵。汽车限购已经成为北京、上海、广州等地的主要治理手段。目前,拥堵已经成为许多城市的普遍现象,污染更是很难在短期内解决。因此,征收汽车拥堵费、汽车排污费,以及更多城市实施限购可能将作为未来政策的选择之一。

作为人口大国,中国用30年的时间走完了国外百年的历程。走进汽车社会,如何让汽车社会更加和谐健康可持续发展,将是未来很长一段时间业界关注的热点。可以预见,如何寻求更为有效、科学、长期的治理污染与交通拥堵的应对措施,将成为今年两会代表委员热议的话题。

自主品牌 MPV 独领风骚

本报回顾刚过去的2014年,MPV市场十分火爆,增幅超过40%,占狭义乘用车比重10%左右。如此的高速增长,不仅远远抛下轿车,并已超越SUV,一举成为国内增长最快的乘用车细分市场。

MPV即多用途乘用车,是一款主要针对家庭用户的车型,它集旅行车宽大乘员空间、轿车的舒适性、和厢式货车的功能于一身,一般为两厢式结构,可以坐7-8人。

与其他乘用车细分市场不同的是,自主品牌在这一领域优势尽占,一枝独秀。去年排行榜前十的榜单中,只有两个合资品牌,其余均为自主品牌。再放大到前20甚至前30名的榜单中,合资品牌也寥寥无几,超过80%的产品是自主品牌,这与轿车市场前十榜单中自主品牌难得一见形成鲜明的反差。在当前自主品牌四面受困的情况下,缘何能在MPV市场独领风骚?

首先,自主品牌在MPV市场领域取得佳绩得益于合资品牌在该市场布局的空档。最近几年,我国越来越多的自主车企推出MPV车型,如五菱宏光、东风菱智等占领市场制高点,目前已形成了涵盖高、中、低端市

场的全方位产品布局。而反观合资企业在MPV市场尚未完全开发,布局并不完整,很多企业根本没有MPV车型。在合资品牌还没来得及深入挖掘MPV市场时,自主品牌已经完成了产品线的调整和升级,使得自主品牌MPV家用市场保持领先,成为在车市中突围的一根杠杆。

其次,相比竞争白热化的轿车市场,尚未完全开发的MPV市场成为自主品牌发展的机遇。三四线城市经济型轿车升级需求也是自主品牌MPV车型销量的重要拉动力。特别在中国农村的广大市场上,MPV作为家用和商用两相宜的产品,一直是农民和小商户等消费群体的最爱。宜商宜家宜生意,多功能多用途,这正是MPV的最大长处,而自主品牌恰恰最能发挥这一长处。近些年的销售数据也表明,五菱、柳汽和长安的销量居高不下;轿车逐渐已不再是购车首选。随着多样化的需求逐渐释放,越来越多的人甚至在第一次购车时就考虑MPV车型。

再次,自主品牌的灵活性非常高,比如菱智,分为V3、M3和M5等车型,而且还都有

五座、七座和九座版,满足不同细分人群的需求。另外,自主品牌MPV极具性价比优势,这也是合资品牌很难做到的,目前一些合资品牌MPV车型价格多在20万元左右,而自主品牌价格要比合资品牌实惠得多,一些品牌的车价甚至下探到10万元以下,对合资品牌别克GL8、本田奥德赛等车型构成强大的压力。过去,如别克GL8、本田奥德赛等车型是MPV市场的主流车型,如今,这一格局已经发生了根本性的转变,诸如上汽通用五菱、东风柳汽、江淮瑞风、东风风行、金杯阁瑞斯等自主品牌MPV都已迎来市场春天,并扭转了传统的市场格局。

虽然销量喜人,但自主品牌MPV车型的发展现状中还存在明显的短板——低端化、做大而未做强,将是困扰自主品牌MPV最为核心的问题。自主品牌MPV如五菱宏光、欧诺、东风小康等销量前十的车型售价集中在4万元~7万元的低端市场,中端市场仅中寻访蓝海,还不如好好经营MPV这片“近海”。其实MPV市场也是一个杠杆,足以让深耕细作的品牌获益匪浅,并迎来更大的市场空间。

●汽车社会

根据中国社科院发布的《中国汽车社会蓝皮书》,中国已正式进入“汽车社会”。与此同时,随着汽车保有量不断升高,带来的能源、交通、环境等问题已日益凸显。

我国多数机动车的污染物排放量高于发达国家数值。城市里不断增长的车辆和道路交通流量以及城市中心区停车难的问题,带来了越来越严重的交通拥堵。汽车限购已经成为北京、上海、广州等地的主要治理手段。目前,拥堵已经成为许多城市的普遍现象,污染更是很难在短期内解决。因此,征收汽车拥堵费、汽车排污费,以及更多城市实施限购可能将作为未来政策的选择之一。

作为人口大国,中国用30年的时间走完了国外百年的历程。走进汽车社会,如何让汽车社会更加和谐健康可持续发展,将是未来很长一段时间业界关注的热点。可以预见,如何寻求更为有效、科学、长期的治理污染与交通拥堵的应对措施,将成为今年两会代表委员热议的话题。

●体制改革

今年全国两会对于汽车产业最大的关注点应该是国有汽车企业的改革,以及对于民营汽车企业的准入。随着时代的不断发展,运行多年的汽车行业管理体制显露的弊端,已成为中国汽车产业发展的无形束缚。无论是兼并重组、汽车销售、税收分配,抑或还是在标准法规、长效政策、考核标准等诸多方面,都存在着不同程度的亟待改变的地方。汽车行业的体制改革和配套机制完善,已经成为当务之急。而对实施十年之久的“汽车产业政策”的修订还在酝酿。现行政策与今非昔比的产业环境已经不相适宜。在其它行业的改革更加深入,渐

五座、七座和九座版,满足不同细分人群的需求。另外,自主品牌MPV极具性价比优势,这也是合资品牌很难做到的,目前一些合资品牌MPV车型价格多在20万元左右,而自主品牌价格要比合资品牌实惠得多,一些品牌的车价甚至下探到10万元以下,对合资品牌别克GL8、本田奥德赛等车型构成强大的压力。过去,如别克GL8、本田奥德赛等车型是MPV市场的主流车型,如今,这一格局已经发生了根本性的转变,诸如上汽通用五菱、东风柳汽、江淮瑞风、东风风行、金杯阁瑞斯等自主品牌MPV都已迎来市场春天,并扭转了传统的市场格局。

虽然销量喜人,但自主品牌MPV车型的发展现状中还存在明显的短板——低端化、做大而未做强,将是困扰自主品牌MPV最为核心的问题。自主品牌MPV如五菱宏光、欧诺、东风小康等销量前十的车型售价集中在4万元~7万元的低端市场,中端市场仅中寻访蓝海,还不如好好经营MPV这片“近海”。其实MPV市场也是一个杠杆,足以让深耕细作的品牌获益匪浅,并迎来更大的市场空间。

抑制浮躁心态

从大的环境上来看,中国汽车市场黄金十年的离去,就是新常态最好的开始。中国市场已经发生了变化,目前这种增幅较小但稳定的增长状态将在未来数年间得以持续,厂家和经销商需要积极调整业务模式,转型升级,主动去应对与适应这样的市场“新常态”。

自主品牌更需要这种前瞻思维,制定切实发展战略,坚持调结构,优化产业布局,以创新为驱动力,重视正向研发体系的建立和全球研发基地的布局,巩固SUV+MPV的市场优势。自主品牌在缓慢增长的市场格局中,正在靠自身的努力去适应中国汽车市场的新常态。

汽车产业未来发展,还应回归本质,虽然目前中国汽车“全球第一”,实质是“大而不强”,还远没到“繁荣”的程度,在世界产业格局中仍属于后发达国家,只有回归到实现自主创新的最初目标,才算真正实现“繁荣”,国家对共性基础技术的支持和投入,是汽车产业未来得以发展的重要保障。

在新的一年里,汽车产业千万不可浮躁,经济新常态下衡量行业发展水平不应是产销量增速,而应是在新常态下掌握了多少核心技术,只有具备了核心技术,才能从“汽车大国”走向“汽车强国”。

本报回顾刚过去的2014年,MPV市场十分火爆,增幅超过40%,占狭义乘用车比重10%左右。如此的高速增长,不仅远远抛下轿车,并已超越SUV,一举成为国内增长最快的乘用车细分市场。

MPV即多用途乘用车,是一款主要针对家庭用户的车型,它集旅行车宽大乘员空间、轿车的舒适性、和厢式货车的功能于一身,一般为两厢式结构,可以坐7-8人。

与其他乘用车细分市场不同的是,自主品牌在这一领域优势尽占,一枝独秀。去年排行榜前十的榜单中,只有两个合资品牌,其余均为自主品牌。再放大到前20甚至前30名的榜单中,合资品牌也寥寥无几,超过80%的产品是自主品牌,这与轿车市场前十榜单中自主品牌难得一见形成鲜明的反差。在当前自主品牌四面受困的情况下,缘何能在MPV市场独领风骚?

首先,自主品牌在MPV市场领域取得佳绩得益于合资品牌在该市场布局的空档。最近几年,我国越来越多的自主车企推出MPV车型,如五菱宏光、东风菱智等占领市场制高点,目前已形成了涵盖高、中、低端市

场的全方位产品布局。而反观合资企业在MPV市场尚未完全开发,布局并不完整,很多企业根本没有MPV车型。在合资品牌还没来得及深入挖掘MPV市场时,自主品牌已经完成了产品线的调整和升级,使得自主品牌MPV家用市场保持领先,成为在车市中突围的一根杠杆。

其次,相比竞争白热化的轿车市场,尚未完全开发的MPV市场成为自主品牌发展的机遇。三四线城市经济型轿车升级需求也是自主品牌MPV车型销量的重要拉动力。特别在中国农村的广大市场上,MPV作为家用和商用两相宜的产品,一直是农民和小商户等消费群体的最爱。宜商宜家宜生意,多功能多用途,这正是MPV的最大长处,而自主品牌恰恰最能发挥这一长处。近些年的销售数据也表明,五菱、柳汽和长安的销量居高不下;轿车逐渐已不再是购车首选。随着多样化的需求逐渐释放,越来越多的人甚至在第一次购车时就考虑MPV车型。

再次,自主品牌的灵活性非常高,比如菱智,分为V3、M3和M5等车型,而且还都有

五座、七座和九座版,满足不同细分人群的需求。另外,自主品牌MPV极具性价比优势,这也是合资品牌很难做到的,目前一些合资品牌MPV车型价格多在20万元左右,而自主品牌价格要比合资品牌实惠得多,一些品牌的车价甚至下探到10万元以下,对合资品牌别克GL8、本田奥德赛等车型构成强大的压力。过去,如别克GL8、本田奥德赛等车型是MPV市场的主流车型,如今,这一格局已经发生了根本性的转变,诸如上汽通用五菱、东风柳汽、江淮瑞风、东风风行、金杯阁瑞斯等自主品牌MPV都已迎来市场春天,并扭转了传统的市场格局。

虽然销量喜人,但自主品牌MPV车型的发展现状中还存在明显的短板——低端化、做大而未做强,将是困扰自主品牌MPV最为核心的问题。自主品牌MPV如五菱宏光、欧诺、东风小康等销量前十的车型售价集中在4万元~7万元的低端市场,中端市场仅中寻访蓝海,还不如好好经营MPV这片“近海”。其实MPV市场也是一个杠杆,足以让深耕细作的品牌获益匪浅,并迎来更大的市场空间。

●汽车社会

根据中国社科院发布的《中国汽车社会蓝皮书》,中国已正式进入“汽车社会”。与此同时,随着汽车保有量不断升高,带来的能源、交通、环境等问题已日益凸显。

我国多数机动车的污染物排放量高于发达国家数值。城市里不断增长的车辆和道路交通流量以及城市中心区停车难的问题,带来了越来越严重的交通拥堵。汽车限购已经成为北京、上海、广州等地的主要治理手段。目前,拥堵已经成为许多城市的普遍现象,污染更是很难在短期内解决。因此,征收汽车拥堵费、汽车排污费,以及更多城市实施限购可能将作为未来政策的选择之一。

作为人口大国,中国用30年的时间走完了国外百年的历程。走进汽车社会,如何让汽车社会更加和谐健康可持续发展,将是未来很长一段时间业界关注的热点。可以预见,如何寻求更为有效、科学、长期的治理污染与交通拥堵的应对措施,将成为今年两会代表委员热议的话题。

●体制改革

今年全国两会对于汽车产业最大的关注点应该是国有汽车企业的改革,以及对于民营汽车企业的准入。随着时代的不断发展,运行多年的汽车行业管理体制显露的弊端,已成为中国汽车产业发展的无形束缚。无论是兼并重组、汽车销售、税收分配,抑或还是在标准法规、长效政策、考核标准等诸多方面,都存在着不同程度的亟待改变的地方。汽车行业的体制改革和配套机制完善,已经成为当务之急。而对实施十年之久的“汽车产业政策”的修订还在酝酿。现行政策与今非昔比的产业环境已经不相适宜。在其它行业的改革更加深入,渐

五座、七座和九座版,满足不同细分人群的需求。另外,自主品牌MPV极具性价比优势,这也是合资品牌很难做到的,目前一些合资品牌MPV车型价格多在20万元左右,而自主品牌价格要比合资品牌实惠得多,一些品牌的车价甚至下探到10万元以下,对合资品牌别克GL8、本田奥德赛等车型构成强大的压力。过去,如别克GL8、本田奥德赛等车型是MPV市场的主流车型,如今,这一格局已经发生了根本性的转变,诸如上汽通用五菱、东风柳汽、江淮瑞风、东风风行、金杯阁瑞斯等自主品牌MPV都已迎来市场春天,并扭转了传统的市场格局。

虽然销量喜人,但自主品牌MPV车型的发展现状中还存在明显的短板——低端化、做大而未做强,将是困扰自主品牌MPV最为核心的问题。自主品牌MPV如五菱宏光、欧诺、东风小康等销量前十的车型售价集中在4万元~7万元的低端市场,中端市场仅中寻访蓝海,还不如好好经营MPV这片“近海”。其实MPV市场也是一个杠杆,足以让深耕细作的品牌获益匪浅,并迎来更大的市场空间。

●汽车社会

根据中国社科院发布的《中国汽车社会蓝皮书》,中国已正式进入“汽车社会”。与此同时,随着汽车保有量不断升高,带来的能源、交通、环境等问题已日益凸显。

我国多数机动车的污染物排放量高于发达国家数值。城市里不断增长的车辆和道路交通流量以及城市中心区停车难的问题,带来了越来越严重的交通拥堵。汽车限购已经成为北京、上海、广州等地的主要治理手段。目前,拥堵已经成为许多城市的普遍现象,污染更是很难在短期内解决。因此,征收汽车拥堵费、汽车排污费,以及更多城市实施限购可能将作为未来政策的选择之一。

作为人口大国,中国用30年的时间走完了国外百年的历程。走进汽车社会,如何让汽车社会更加和谐健康可持续发展,将是未来很长一段时间业界关注的热点。可以预见,如何寻求更为有效、科学、长期的治理污染与交通拥堵的应对措施,将成为今年两会代表委员热议的话题。

●体制改革

今年全国两会对于汽车产业最大的关注点应该是国有汽车企业的改革,以及对于民营汽车企业的准入。随着时代的不断发展,运行多年的汽车行业管理体制显露的弊端,已成为中国汽车产业发展的无形束缚。无论是兼并重组、汽车销售、税收分配,抑或还是在标准法规、长效政策、考核标准等诸多方面,都存在着不同程度的亟待改变的地方。汽车行业的体制改革和配套机制完善,已经成为当务之急。而对实施十年之久的“汽车产业政策”的修订还在酝酿。现行政策与今非昔比的产业环境已经不相适宜。在其它行业的改革更加深入,渐

五座、七座和九座版,满足不同细分人群的需求。另外,自主品牌MPV极具性价比优势,这也是合资品牌很难做到的,目前一些合资品牌MPV车型价格多在20万元左右,而自主品牌价格要比合资品牌实惠得多,一些品牌的车价甚至下探到10万元以下,对合资品牌别克GL8、本田奥德赛等车型构成强大的压力。过去,如别克GL8、本田奥德赛等车型是MPV市场的主流车型,如今,这一格局已经发生了根本性的转变,诸如上汽通用五菱、东风柳汽、江淮瑞风、东风风行、金杯阁瑞斯等自主品牌MPV都已迎来市场春天,并扭转了传统的市场格局。

春节租车市场持续火爆

本报讯 今年春节,租车行业迎来了业绩井喷的高峰期。随着往返客流量的增加,租车出行的人数节节上涨,订单量普遍增多,让各大租车公司赚了个盆满钵满。

据了解,春节前就有不少消费者早早预订车辆,其中租期为7天的“打包”租车最受青睐。不少消费者称,与驾驶私家车相比,租车出游花费略高,但是却省下了车辆检查和养护费用。

春节租车行情持续火爆,让租车价位出现不同程度上浮。春节期间,多家租车公司汽车租赁比平时上涨2成左右,还有部分租车公司提出7天起租或10天起租的“门槛”,对于2~3天短期租车需求都以“车源不足”,“需要等候”等理由婉拒。

春节租车市场的火爆,也带动了大量留守汽车资源被利用起来。春节期间,北京、上海、广州、深圳有近一半的机动车闲置。各大租车公司的车源纷纷“扩充兵源”,推出“汽车共享租车模式”。春节期间返乡回家的车主只要将其闲置的汽车通过各大租车公司平台出租,会获得较平时高出一倍以上的租金收入,还有望获得额外现金奖励。在春节期间,各大租车公司车源数量都有大幅增长。其中,汽车共享平台宝驾租车的车源数量就扩充超过2万辆,达到了6万辆的规模,增幅超过三分之一。

业内专家认为,租车市场旺盛表明假期里租车出行已成为消费市场的刚性需求,而将私家车转租的方式不仅缓解“租车难”,还将加速租车市场洗牌。

别克全新英朗上市

本报(记者丁军杰)3月2日,上海通用宣布,别克全新英朗正式上市。作为开启别克中级车全新战略布局的重磅车型,全新英朗搭载18T和15N两款别克全新一代高效动力总成,全系共9款车型,并有6种外观颜色与4种内饰搭配可供选

价。10.99万元~15.99万元。

上海通用汽车总经理王永清表示,“全新英朗是别克品牌整合全球资源,为 mainstream 人群打造的实力产品。它展现了别克品牌始终专注聆听消费者的心声,并将他们的需求融入每一款新车和每一次的技术升级,带来真正读‘懂’消费者需求的全新中级车体验。”

据介绍,别克全新英朗简约动感的外观造型融入了全新Riviera别克“未来”概念车设计精髓,秉承别克“动感流畅”的设计语言,标志性的别克家族式直瀑式格栅展现大气和尊贵,展翼式前后灯组犀利灵动,全系标配的LED日间行车灯使行车更加安全;全新英朗采用短前、后悬与高效的人机工程设计,打造出领先同级的宽敞空间。

全新英朗采用前增型变速箱,后独立悬挂设计,结合EPS电子助力转向系统以及低滚阻轮胎等,充分满足用户对舒适性、操控性能与节能环保的更高要求。此外,全新英朗还采用高强度车身设计,众多零部件使用铝合金与高强度钢材,在保证车身强度的同时,进一步提升了燃油经济性。

马自达在华销量连续3个月滑坡

本报(记者)马自达(中国)日前发布数据称,2015年1月份马自达在中国市场零售销量达到24538辆,同比减少11.7%,而2014年1月份同期销量为27785辆。2014年11月和12月,马自达在华销量均告下跌,连续滑坡3个月。

马自达在中国市场两大销售网络的销量表现差别显著。一汽马自达上月国内销量为8640辆,而2014年1月份销量为17220辆,同比跌幅达到了49.8%。而长安马自达2015年1月份销售15898辆,同比增长50.4%,2014年1月份为10565辆。

因自然隐患 克莱斯勒召回部分牧马人

本报(记者)日前,克莱斯勒(中国)汽车销售有限公司向质检总局备案了召回计划,自2015年3月2日起,召回部分进口2011~2013年款牧马人汽车,生产日期为2010年6月28日至2014年7月21日。据该公司统计,在中国大陆地区涉及14213辆。

本次召回范围内的部分车辆在特定条件下,电加热后视镜线路的接线插头可能被腐蚀,导致电加热后视镜功能失效,存在火灾隐患。克莱斯勒(中国)汽车销售有限公司将为召回范围内车辆的后视镜供电线路增加单独的插头连接,并为现有的线路加装防水罩和绝缘涂层,以消除安全隐患。

转向系统存故障 现代在美召回20.5万辆伊兰特

本报(记者)据国外媒体报道,现代汽车正在美国召回20.5万辆旧款伊兰特,车辆助力转向系统存在缺陷,可能突发性转变为手动转向模式。

2月28日,现代汽车向美国国家公路交通安全管理局递交报告称,204768辆伊兰特车型需要召回,其中,四门轿车生产时间介于2008年6月1日至2010年4月30日;而伊兰特掀背旅行车则为2009至2010款车型。

据报道,上述车辆中有3%可能受到电动助力转向系统缺陷的影响,故障发生时,车辆可以继续维持控制,但会突然切换到手动转向模式,需要驾驶员加大手动转向力度,低速条件下尤为明显。该情况有可能增大撞车风险。

海马M5 发动机异响困扰车主

本报(记者)中国汽车质量网消息,海马M5自2014年5月正式上市以来,各类异响问题一直困扰着车主。从中国汽车质量网接到的投诉来看,海马M5发动机异响主要分为两种,分别为冷启动出现“吱吱”声及加速时“哒哒”异响。让车主普遍不满的是,由于厂家没有较为有效的解决方案,致使车主到4S店解决故障时一筹可展。

来自广东的陶先生在投诉中表示,车辆行驶大约3000多公里时,车辆冷启动后会出现“吱吱”声,深踩油门时会加重,但热车后消失。后经多次检查,4S店工作人员认为是发动机皮带所引起,但先后更换两次皮带后故障依旧,最终4S店束手无策,而向厂家反映数月后,问题一直未得到解决。

据业内人士分析,传动皮带的使用寿命周期大约为6万~10万公里左右,当橡胶部件出现老化、龟裂或张力不足时,冷启动受到温度影响会出现此类异响,这一般预示着部件已出现磨损。但从投诉内容来看,出现异响问题的车辆均为2014款,且行驶里程普遍集中在几百到几千里之间,并非正常使用老化所致。

河北的一位苏姓车主多年从事机械加工与制造行业,在车辆保养时发现皮带带有异常磨损现象。车主认为,该问题与齿轮间配合不好或皮带本身存在质量缺陷有关,但一味地更换皮带并不能从根本上解决问题。浙江的车主印先生遇到了类似的情况,其曾在4S店先后更换过4次皮带,但均在使用一星

期后“旧病复发”。

近期,一篇在某海马M5论坛上发布的帖子爆料,2015年元旦过后,海马4S店已开始为车主更换改进后的发动机皮带。4S店工作人员对此解释称,这是海马汽车厂家的最新处理方案,以应对此前更换原车皮带后无法解决异响的难题。中国汽车质量网消息称,厂家并没有正式的解决方案公布。部分网友在论坛中也提到更换过改进的发动机皮带。车主们认为不排除是个别4S店的行为。

相比之下,发动机出现“哒哒”异响声更令车主揪心,怀疑是发动机内部机械部件出现异响。据汽修专业人士介绍,如果发动机出现“哒哒”异响,有可能为气门挺杆、活塞销等部位产生,或隐藏更为严重的故障隐患,应引起车主的足够重视。

江苏车主于先生在新车行驶到15000KM左右时便出现了冷启动“哒哒”异响,经4S店检查后,认为是气门挺杆处发出的声响,无法通过简单的处理解决,或将面临拆解发动机缸盖盖盖进行维修。

不过,目前有4S店称异响可能为油管处发出,这一说法令车主一头雾水。山东车主赵先生在投诉中表示,经4S店工作人员检查后,认为是相关部位油管太硬,导致回油不畅所发出的声响。一位车主也在相关论坛上谈到,车辆启动后出现的“哒哒”声是海马M5油管的通病,目前暂时还没有解决方案。

(肖捷)

■文岩

随着中国汽车保有量的逐年增加,汽车社会悄然到来。在汽车社会的行进过程中,民生改善和产业发展问题则显得尤为重要和迫在眉睫。

在今天的全国两会上,有关汽车行业的热门话题有哪些?新型城镇化建设下,汽车产业如何与社会、环境和谐发展?未来大众购车、用车、出行等方面可能会发生哪些变化?汽车产业已不仅是一个经济问题,而且还是一个社会问题,关系到今后的国计民生,不能不令人给予更多关注。

●汽车强国

中国汽车发展了60多年,到现在为止还没说成是一个幼稚的产业,大而不强是中国汽车产业的现状,这种局面亟待被打破。从微观角度看,大而不断的背后是中方企业话语权的丧失,贡献了市场却并未换来技术,产品品牌受制于人;从宏观层面分析,作为资金密集和技术密集型的汽车工业,拥有长产业链,关系民生利益涉及国家利益,汽车强国梦变成一个必答题,而且这个信号将愈加强烈,这也将成为今年两会汽车行业代表委员的热门话题。

如何完成由大到强的转变?首先,要营造一个公平的竞争环境,从政策层面向自主品牌倾斜,建立奖惩淘汰机制,鼓励海外并购投

资等;其次,把注意力不能仅局限于整车企业、零部件企业的问题更为突出,培育自主核心零部件企业,支持做大做强参与国际竞争;再次,重视政府本身的示范意义,以身作则消费本土品牌的产品。另外,汽车产业作为重要支柱产业应该健康有序发展,需要政府部门更科学的管理和更优化的政策,才能实现“中国汽车强国梦”。

●自主品牌

去年以来,自主品牌汽车经历“十二连降”到了最困难的时刻,几乎所有的自主品牌都被裹挟进入了下滑的退潮之中。在与跨国品牌短兵相接的惨烈竞争中,自主品牌企业及自主品牌正面临着前所未有的考验。几十家自主品牌车企之间的市场格局也在加快集中化,小的自主品牌企业正处于加速被吞并和边缘化,洗牌机会即将到来