

汽车周刊



新民网汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第 793 期 | 2019 年 9 月 4 日 星期三 本版编辑:张 云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

三驾“马车”同发力拉动汽车消费

汽车销售去年负增长2.76%,今年前7月持续两位数下跌。很不景气的车市,已经影响到全社会消费品增长的发展势头,影响到国民经济总体发展的态势,也影响到汽车社会人们的消费信心,已经引起社会的广泛关注。国务院办公厅日前印发《关于加快发展流通促进商业消费的意见》,再次重申消费者对于高品质汽车的需求将是常态,汽车消费的巨大潜力,是中国车市的魅力所在、底气所在,只要我们“完善促进消费体制机制”、“优化市场流通环境”、“提升汽车优化升级”,让“新车、新能源车和二手车”三驾“马车”同时发力,将“消费潜力”转化为现实购买力,就能使汽车市场活起来。

新车:松绑“限购”举措

汽车是家庭支出中除房子之外的大额消费品,除了一次性购车外,汽车的使用过程,又是个持续消费的过程,因而对国民经济中消费的影响尤其突出,激发汽车消费乃是

社会消费稳增长的重要抓手。今年6月份,受汽车排放标准提升而切换因素影响,限额以上单位汽车类商品零售额同比,反弹至17.2%,而此前的5月仅增长2.1%,完成“切换”后的7月下降了2.6%。

受同期基数较低影响,汽车制造业7月利润同比下降9.2%,降幅较6月收窄7.0个百分点,仅此一项,连同石油加工、电气机械和化工等四个行业,居然拉动全部规模以上工业企业利润增速比6月回升5.3个百分点。其实,汽车制造业今年7月利润是今年前7月中最低的,去年同期利润也是全年最低的月度。

上半年全国汽车保有量2.5亿辆,拥有汽车驾照的人数却高达3.8亿人,且年轻人和女士占比明显增加。新车消费的潜力是客观的,2800万辆并非不是天花板,3000万辆也是个峰值。无论从人民群众对美好生活的向往和追求,还是同各国千人汽车拥有量比较,我国汽车市场依旧有较大的增长空间。

广州和深圳今年出台了给新能源车限购松绑的举措,增加了竞标额度,业界和消费者都报以好评。国家发改委新闻发言人多次提及限购松绑之事,其他实行新车限购的城市,尚未听到反馈声音,国务院办公厅日前印发的《意见》重申此事,业界与社会对实施新车限购的地区,普遍有所期待,正拭目以待。

新能源车:积极支持购置

今年上半年,我国新能源汽车保有量344万辆,只占汽车保有总量的1.37%;新能源汽车销量61.68万辆,占汽车销售总量的4.63%。新能源汽车在汽车保有量和汽车销售量中的占比,至今十分微弱,基数非常小,未来增长空间十分大。在传统能源汽车限购的城市,尤其是北上广深等大城市,新能源车更是个稀缺的紧俏资源,据北京市今年2月份一份信息显示,年内新能源车指标配置5.4万辆,但申购人数高达44.36万人,要拿到配置指标,简直要等到猴

年马月。

新能源车的成长,既要靠政府政策支持,也要由市场动力拉动。目前是政策和市场双轮驱动,政策将逐渐退坡,市场力度逐渐加强。一方面要实施好新能源车免征车辆购置税政策,另一方面,在新能源车补贴退坡背景下,《意见》要求,有条件的地方对购置新能源车给予积极支持,这是非常及时的。“积极”两字,要显示出地方的智慧和力量,除了全国范围内的不“限牌”、有地方停车不收费少收费的优惠外,“积极”还要有暖意有温度,要实实在在。

二手车:拆除“限迁”藩篱

去年全国亿元以上二手车交易市场超过80家,成交额超过2000亿元。其中二手汽车交易量1282.01万辆,交易量看上去规模较大,但与同年2.4亿辆汽车保有量相比,仅占5.34%,二手车流通占比非常之低。近几年二手车交易量逐年增加,2012—2018年年均增速超过10%。

有鉴于此,二手车消费有着巨大的增长空间。今年上半年二手车交易量增速比新车销量高出16.3个百分点,二手车交易量与新车销量的比例,从去年同期的0.47:1提升至0.56:1,二手车市场正在成为拉动新车消费的新动力。

为了做大二手车市场,促进新车置换更新,《意见》要求,拆除人为的地方藩篱,进一步落实全面取消二手车限迁政策,大气污染防治重点区域,也应允许符合在用车排放标准的二手车,在本省(区、市)内交易流通。

此外,针对汽车配件,《意见》加大了市场治理力度,修订汽车等消费品修理更换退货责任规定。

总之,《意见》有的放矢、多措并举,完善消费增长的体制机制,充分释放消费潜力,促进汽车消费稳增长,使汽车从消费增长的拖累因素,转化为牵引因素,为消费平稳增长、国民经济稳中有进奠定坚实基础。

特约撰稿 张伯顺

全球首款量产智能座舱汽车横空出世

上汽硬核SUV荣威RX5 MAX领航上市



携刚刚成功完成单车率领自重21倍大飞机挑战的余威,8月28日,上汽旗下智能网联中型SUV荣威RX5 MAX宣布上市,标志着中国汽车品牌在“智能座舱”时代树立起首面旗帜。同时,插电混动版车型也启动了全球预售,预售价21万—24万元,将于10月中下旬上市。现场,上汽集团与阿里巴巴还签署了

进一步深化战略合作框架协议,宣布将面向5G时代,共同助力实现整个汽车行业的智能网联化转型。

荣威RX5 MAX共推出两种动力9款车型,消费者现时购车的价格仅为10.68万—17.78万元。同时,上汽荣威还送出了硬核福利:全系终身免费基础流量;首付1.3万、24期0利率。预售期

下订的6325名用户更可享受免费升级价值2万元的BOSE音响。

三年前,上汽荣威RX5应时而生,开创了互联网汽车新时代;如今,上汽荣威先人一步洞悉用户需求,率先推动互联网汽车向智能座舱进化,再次在行业大变革之前担起领跑者重任。随着新车上市,上汽全新智能座舱技术品牌“AICS”也同步发

布。将来,AICS会不断赋能上汽新一代产品,推动中国汽车行业进入“智能座舱”时代。

RX5 MAX首次对荣威家族律动设计进行“强韧”演绎。其前脸采用大气恢宏的悬浮鲸翼格栅,与星海战舰全LED大灯相融,彰显不凡气概与硬核科技感;内饰设计则“赋空间以情感”,14.3英寸2.5D四曲面玻璃大屏、12.3英寸全景AR模式虚拟仪表、BOSE立体声音响、256色交互式氛围灯等配置,带来多感官的MAX享受。

体现新车硬核性能的正是其强大的动力系统。其中,荣威RX5 MAX 400TGI车型搭载上汽“蓝芯”2.0TGI缸内中置直喷增压发动机,匹配6速湿式双离合变速箱,最大功率170kW,最大扭矩370Nm。余音

广本新车型命名——皓影

广汽本田日前用一场颇具神秘感的线上命名发布活动,正式揭晓了全新车型的中英文命名——皓影BREEZE,“皓”即太阳升起,照亮天地万物;“影”意指光带来的神秘反差感。BREEZE则代指全新风向。皓影BREEZE,打破常规,破除束缚,如同清晨伊始的太阳,照亮天地,也照亮新的开始,照亮新的方向。

在这个价值观多样化的时代,“不循常规、尊重个性、做想要的自己”的中国新人群,坚持自己的本色,绽放着自己的意志,开启了新的美学存在。皓影BREEZE正是一款坚持本色、引领意志、引领美的全新车型,将与中国新人群一起创造出美的新潮流。

随着命名公布,皓影BREEZE进入公众的视野,将带领所在细分市场,洞见下一个汽车市场的新风向。

广汽新能源Aion LX开启预售

广汽新能源智能超跑SUV车型Aion LX日前开启预售,补贴后,两驱基准版预售价25万元起,四驱基准版预售价30万元起,10月后陆续交付。新车基于广汽新能源纯电专属平台GEP 2.0打造,NEDC工况续航里程最高达650km,并配备L3级别自

动驾驶功能。

Aion LX首次采用了支持5G技术的以太网整车架构,并率先搭载了AdiGO智驾互联生态系统,在行驶过程中,其搭载的L3级自动驾驶辅助系统能提供预判路径,为驾驶者保驾护航。

此次预售推出不同续航能力的两驱和四驱版本,最大功率分别为150kW和300kW,最大扭矩分别为350Nm和700Nm,综合续航能力为520km和650km。

新车支持通过广汽新能源APP进行个性化定制,包括科技、高端及性能等在内的超6万种组合,可满足用户个性需求。姚琼



近期,一份猎豹汽车的内部文件在网上流传:猎豹汽车高管以及全体员工普遍降薪,最高幅度50%。除此之外,猎豹汽车还陷入停产传闻。这款自称“拥有60余年军工传统和30余年的汽车生产制造经验”的猎豹汽车,早已失去往日的辉煌。

据了解,猎豹汽车拥有四个整车制造基地,具备年产50万辆SUV和皮卡车型的生产规模。去年,猎豹汽车销量接近腰斩为7.76万辆,已处于行业边缘化。而今年上半年更是跌至2.8万辆,旗下车型几乎全线崩盘。其中,曾经的主力产品猎豹CS10、CS9、Mattu迈途等月销量仅为几百辆。正是由于市场销量不佳,猎豹汽车目前大量产能处于闲置状态,工人已经回家待岗。

这一切看似意外,其实也在意料之内,猎豹汽车今天的困局也不是一日而成。早在多年前,猎豹依靠三菱的技术发展,衍生出一款“黑金刚”,形象出色、核心越野能力也备受消费者青睐。凭借着SUV市场的火热势头,猎豹相继推出了多款城市型SUV,猎豹CS10、CS9以及迈途等,这些新车也进一步带动了猎豹汽车的销量提升。后来随着企业重组,广汽集团与日本三菱联合,而长丰猎豹被踢出局,成为了没有核心竞争力的“空壳”汽车公司,只能依靠吃老本存活于市场中。

此后,猎豹汽车便一蹶不振。没有核心技术的猎豹,频频因质量问题为消费者诟病,品质成了最大的缺陷。今年1月,猎豹汽车宣布由于车辆制动踏板中间连接机构的传动效率问题,在全国范围内召回14万辆CS10,这几乎等同与这款主力车型近两三年里售出的总量。另外,发动机、变速箱、底盘等核心三大件成为故障高发区,而悬挂故障、转向机失灵、玻璃升降器无反应、门窗异响、漆面起泡开裂等五花八门的小毛病也是层出不穷,更有甚者称修车多达40次。CS10较差的口碑,也进一步影响了整体品牌的形象,即便是推出了更为高端的车型Mattu,依然无法得到消费者的认可。

此外,国六排放标准正式实施已一个多月,而猎豹汽车至今依旧没有自己的国六车型。有消息称,其国六车型可能需等到四季度才能投放市场。与此同时,研发实力不足、车型严重老化,产品层面的缺点导致一系列负面连锁反应屡见不鲜,面对问题如此严重的猎豹汽车,消费者自然望而却步。面对市场日新月异的发展以及激烈竞争,这次的降薪停产也许是其最后的“垂死挣扎”。李永钧

降薪停产 猎豹垂死谁之过