

新车频繁上市,降价促销已是家常便饭,消费者购车心态日趋理性,种种迹象表明:中国车市正在走向成熟。然而,就在车市的繁荣背后,也存在着一些与之不相适应的怪现象,即“怪圈”。现在,就让我们一起来看看,这些怪圈到底有多怪:

揭秘车市七大怪圈



怪圈一 消费品质涨价 汽车独跳水

今年以来,各媒体报道的关键词之一恐怕就是价格,尤其是价格上涨,常常作为民生话题见诸报端。粮食、油脂、肉禽蛋奶涨价,房价也在飙升,而独车价不仅不涨,反而还在下降。

点评:车价下降与新车不断上市、众多品牌竞争激烈有着必然的联系。为了吸引消费者,商家不惜利用一切节日推出五花八门的让利优惠活动,要么“直降三千”,要么“送油票”或者保险有折扣,这些措施在客观上压低了价格。什么东西都在涨价,车价下降也算给消费者一点心里平衡吧。

怪圈二 卖车不赚钱 售后来补贴

在汽车价格不断创“新低”的情况下,汽车经销商渐渐转移了“利润来源”:由整车销售变成了售后服务。某位销售主管向记者大倒苦水:“我们现在卖一台车只赚500元钱,甚至亏损。卖车还没有修车赚钱多。”情况真的是这样吗?看看来4S店里的客户就知道了。据了解,来4S店客户有一半以上是来为爱车做保养的,而来买车的只占一小部分。“汽车售后的利润占行业利润的20%以上。”某业内人士如是说。

点评:激烈的竞争迫使商家争相降价,厂家、经销商的利润被压低。因此,商家不得不把利润转移到售后上。

怪圈三 修车不进“4S” 专挑路边“快修店”

目前,很多车主在爱车出了毛病时,首选快修店,而不是进正规的4S店“治疗”。一位车主感叹:“尤其是更换某个零部件,或者为爱车加机油这些常规动作,无须跑到4S店,路边的修车摊服务热情周到,更重要的是价格便宜,令人愿意接受。”

点评:虽说4S店是售后服务的正规场所,但是往往因其工时费、零部件价格高而令消费者望而却步。而快修店却正好弥补了4S店的不足,既服务热情,又压低零件的价格,尽可能地为消费者着想。看来,车商要想挽回消费者的“忠诚”,要在服务质量上下一番功夫了哦。

怪圈四 “真实油耗”不真实 油耗多少该信谁

市民小张最近有点摸不着头脑,他买的新车已跑了5000公里,按理说已经过了磨合期,为什么实际油耗与行车电脑显示的油耗有较大出入呢?事实上,这也是困扰很多车主的问题。发改委曾公布31家厂商407个车型的“真实油耗”,与厂家公布的车型油耗以及消费者的实际使用油耗都有一定的差距,消费者到底相信哪个油耗?丈二和尚也就在情理之中。

点评:厂商提供的理论油耗仅是一种参考,是在匀速行驶的理想环境状态下测出来的耗油量。消费者在实际驾驶

过程中不可能达到这种状态。此外,实际油耗与驾驶者的驾车习惯、路面状况、交通拥堵情况等有关。因此,车主们为了爱车省油,还是应多改进自己的不良驾驶习惯。

怪圈五 自主品牌“不自主” 造型还是模仿多

一些自主品牌汽车与其他外资品牌在外观设计上极其相似,二者的长相几乎和双胞胎一样。CEO与X5、长城哈弗与铃木Axiom、比亚迪F3与丰田花冠、双环S6与Smart……凡此种种,不一而足。按理,自主品牌应该强调“自主研发”,而模仿除了惹火上身,被人叱咤外,实在想不出有什么好处。

点评:自主品牌由于自身的研发技术有限,难免模仿其他品牌。但是,也有一些自主品牌,像奇瑞和长城,正在逐渐脱离模仿路线,走向创新。希望自主品牌尽快脱离模仿抄袭的路子,开发出真正自主的车。

怪圈六 昨降两千趋之若鹜 今送八万无动于衷

在2004年以前,只要商家宣传某某车直降两千,就会有一大批消费者掏腰包抢购。如今,即使打出直降八万元的旗号,消费者并不为之所动,而是继续“坐壁上观”。

点评:消费者持币待购是车市目前的症结之一。尤其是年末岁尾,消费者已经对商家此时的优惠活动形成了“习惯

动作”,“等到12月末,价格再低一点时再下手”成为众多消费者的心声。如今的消费者购车越来越理性,就看厂商能不能做到“道高一尺,魔高一丈”了。

怪圈七 三厢车风光不再 两厢车备受青睐

自从两厢车的开山鼻祖富康首吃“螃蟹”以来,两厢车逐渐抢了三厢车的战略高地。尤其是大众两厢POLO的推出,将两厢车市场推向了高潮。之后,两厢车更是大行其道,很多款车型都是两厢比三厢畅销:两厢飞度、两厢POLO、两厢Focus都比三厢同款车型卖得好。这与过去三厢车驰骋天下的场面显得有些“背道而驰”。

点评:中国人的传统观念认为轿车就应像古代的“轿子”一样,车身前后都有,看起来才像“轿车”。这种观念使三厢车一度成为消费者竞相追逐的车型,以致在2004年以前,两厢车在中国市场并不畅销。但是,由于两厢车内部空间布局更灵活,外观更时尚动感,操控性也极佳,逐渐赢得了年轻消费者的喜爱。此外,两厢车凭借其优势,也成为家庭用第二辆车的首选。

速腾、明锐、卡罗拉 三款中级家轿人性化基因解析

本报综合消息

谈到“人性化”,消费者也许会立刻想到日系车,而谈到技术,则毫无例外地会首先想到德系车。然而多元的汽车文化正在进行不断的融合。汽车市场竞争日趋激烈,消费者也变得更为成熟和理性,从简单的比外观、比价格,比品牌,逐渐开始比性能、比操控、比服务等环节,各车企也是不断绞尽脑汁的研究消费需求,在车中喜好的,在装备配置上也日趋丰富,以使车主可以更加轻松地享受汽车生活。

而在份额最为庞大的中级轿车市场,尤其是家用轿车,人性化配置的好坏优劣,甚至会直接决定消费者购买与否。为此,笔者专门针对当前较为主流的三款中级家轿——一汽大众速腾、上海大众斯柯达明锐和一汽丰田卡罗拉,进行人性化基因的解析,以使关注爱车人性化的消费者可以轻松选购。

日本和德国都是汽车制造业强国,其各自的合资产品在中国市场都占有自己的一席之地,拥有较为庞大的客户人群。而在中级家轿领域,速腾、明锐、卡罗拉等日、欧系代表性车型都已逐步获得了众多消费者的认可,成为中级车市的主流,并成为对应车市的支柱性车型。从人性化配置的角度而言,三款车型各有特点。

从产品本身上来讲,全新的COROLLA卡罗拉比老款花冠更大,也更扁,由于车宽增加了55毫米,前后轮距都相应有所加大,因此看上去感觉整

辆车的重心都变低了,也更加稳重。坐在卡罗拉的驾驶室内,内装以浅色系为主色调,在车内看到艳丽的胡桃木中控台已经被淡金属质感所取代,给人的感觉温馨又雅致。

此外,车内的储物空间令人记忆深刻,零钱、水杯、杂物等,样样都有专门的小格子收集。作为一款A级车,卡罗拉在空间性方面绝对有独到之处,前排无处不在的储物空间是一大特色。变速箱属于比较温和的设定,方向盘也很轻,整体给人以舒服的温柔驾驶感觉。在城市拥挤的道路下,加速及换挡冲击的抑制表现也都很不错。

而在同级车中,速腾人性化的配置也极为值得称道,包括自动分区式空调、定速巡航、带有4方向电动调节腰部支撑、可伸缩中央扶手箱、ESP电子稳定程序等。速腾的做工精致,车架设计维持了德系车稳重、实用的整体格局。不过,速腾并没有体现出其出名的操控性,虽然稳定性超强,但底盘调校得不够灵活。

就明锐而言,其作为德系车中的典型代表之一,出自大众集团最新的PQ35平台,Octavia明锐有着细腻的人性化设计和配置,这也是它在欧洲市场广受好评的地方。宽敞的乘员空间、独特的掀背式结构以及丰富的储物空间令Octavia明锐的舒适性和便捷性都大大提升。其配备了前后5个带高度调节的独立头枕、驾驶员座椅电动8向可调、腰托电动4向可调、前后排一触式电动车窗、带防夹功能和儿童保险装置等,这些都充分体现了明锐对人性化设计的重视。不过,明锐的轴距相对较小,发动机室和后备箱占用了较大的空间,造成内部空间的人性化方面略为逊色。

其实,所谓人性化,就是让人们在面对冰冷的机械时,感受到更多的便利和舒适。人性化设计往往是一些小的创意、或一个按钮等,但它们往往会给用户带来极大的方便。如今,汽车已成为许多人生活的一部分,其人性化设计的意义也尤为重要。因此,笔者大胆的预测,未来汽车市场的竞争,将很大程度上取决于汽车如何为用户营造愉悦健康的体验。(腾讯)

阳山越野赛勇夺冠军 量产V3再展神威

本报综合消息 12月5日,“2008中国汽车越野系列赛”阳山站赛事落下帷幕,以无限V3原厂量产车参赛的中兴车队以优异的成绩夺得本站厂商组冠军,这也是继乌海沙漠越野赛以及罗布泊沙漠越野赛两度摘银之后,中兴汽车获得的又一佳绩,刷新了之前的最好记录。短短几个月内连续以原厂量产车在越野赛事中频频夺得大奖,令人不由得刮目相看。

“南有阳山,北有漠河”——阳山站的比赛不比“死亡之海”罗布泊赛事和以难度著称的乌海赛事

简单,颠簸路、峡谷路、巨石阵、深水池等,极易引起翻车、托底、爆胎、转向轴断裂等大小事故,对参赛车辆的考验相当严峻。

谈及阳山站的胜利,中兴赛车手兼车队队长袁启泰认为,无限V3的底盘、发动机两位大将功不可没。因为在剧烈颠簸的路面上,赛车必须保持良好的操控性,车速才能快起来,如双龙赛车的车身就在赛道内跳动得很厉害,能看出高速行驶非常困难。恶劣路况下能够保持高速行驶的稳定性,充分印证了中兴扎实的底盘技术。因为,剧烈的颠簸中,底盘碰撞是经常的事,但无限V3的底盘在只做基本防护的情况下,性能没有受到丝毫影响,这说明中兴防护技术、底盘钢性、底盘韧性都已取得显著的进步。(车网)

起亚汽车年底冲量大优惠



2.88万 赛拉图开回家
(含购置税、含全险、含上牌费、含车贷手续费)

5年 • 发动机 • 变速箱
10万公里保修
2006年8月28日起销售的全新车型

起亚汽车年底冲量大优惠



5年 • 发动机 • 变速箱
10万公里保修
2006年8月29日起销售的全新车型

4.99万 狮跑开回家
(含购置税、含全险、含上牌费、含车贷手续费)