

2008年乘用车销量560万辆

本报综合消息 相对于前几年 20% 以上的增长速度,2008 年整体车市可谓惨淡收官,在南方雪灾、四川地震和国际金融危机的冲击下,车市增速逐月下降。相关统计数据显示,2008 年乘用车销量约为 560 万辆(不含微面),同比增长不到 7%。但相对于国际主要市场的下滑,中国车市情况也还算不错。一汽大众和上海大众分别夺得了冠军,而连续三年蝉联乘用车销量冠军的上海通用则滑落至第三的位置。数据显示,大多数企业均没有完成 2008 年年初制定的任务。

完成年初任务厂家:东风本田、东风日产、比亚迪

由于前几年车市形势喜人,外界普遍认为,2008 年产销总量超过 1000 万辆不在话下,因而各大厂家在 2008 年初都制定了雄心勃勃的目标,但在一系列外在因素打击下,车市总销量也逐渐下滑。到年底总结之时,在数十家乘用车厂家中,真正能完成年初产销任务的也就只有东风本田、东风日产和比亚迪三家了,由于东风本田和东风日产两者表现优异,东风汽车集团在三大汽车集团(其他两家为上汽和一汽)的较量中拔得了头筹。

坚持“销售能力适度大于生产能力”的东风本田成了 2008 年车市大赢家,其 16.42 万辆的成绩远远超过年初 15.02 万辆的成绩,29% 的增速是行业增速的四倍。东风本田 CR-V 在 SUV 市场一枝独秀,思域在 A 级车市场也赢得了应有的地位。

同样值得一赞的是东风日产,其 35 万辆的成绩已经处于第二阵营领头羊的位置,也是十大乘用车企业中唯一完成 2008 年年初定下的 34 万辆销售目标,其八大车型除了骏逸外销量均全面上扬,特别是新天籁的上市,扭转了东风日产在 B 级车市场的失意。

而得益于 F3 在 2008 年高达 16.67 万辆的销量,比亚迪也完成了年初制定的 20 万辆的任务。

三强排位:一汽大众、上海大众、上海通用

2008 年车市整体黯淡,但亮点属于一汽大众和上海大众,两者分别以 51 万辆和 49 万辆的成绩位居冠军的位置,大众在中国实现销量突破 100 万辆的目标,巩固其领先地位。

两个大众 2008 年的表现可圈可点,在规模庞大的基础上增速仍然高于行业水平,其中捷达和桑塔纳两款产品“老当益壮”,贡献了巨大的销量,奥迪品牌继续在豪华车品牌中处于领先的位置,斯柯达处于慢热中,可惜的是由于帕萨特领驭的老化、迈腾销量暂时还跟不上,大众在 B 级车市场与日系车相距甚远。在 2009 年,上海大众将推出新款的帕萨特,一汽大众还有第六代高尔夫的引进,另外加上不断推进国产的波箱和发动机,大众还有可能进一步巩固其优势。

上海通用 2008 年不到 46 万辆的成绩,比起 2007 年 50 万辆下降了 8%,连续 3 年成为乘用车车老大的上海通用一下就滑到了第三的位置。不过,经过 2008 年的调整之后,上海通用有可能焕发出新的活力,其产能已经扩展到了 76 万辆,基于欧宝平台的新君威已在去年年底上市,市场反响不错。而另一款重量级车型雪佛兰科鲁兹将于第 2 季度上市,产品竞争力大为提升,加上上海通用超强的营销和执行能力,在 2009 年重现辉煌并不是不可能的任务。

借东风本田新思域在北京上市之机,记者就目前的汽车市场以及东风本田在新的一年里,将采取哪些措施应对可能不景气的汽车市场,专访了东风本田汽车有限公司总经理仓石诚司。以下是记者的专访实录。

东本逆市提升产能做足市场

记者:之前发布会上,东风本田对 09 年的形势比较乐观,同时,我们也知道,政府也在出台或酝酿一些措施,如购车税减免等,我想请您从企业的角度谈谈,政府的哪些政策会对市场的拉动有一些实质性的作用?

仓石诚司:政府有可能会出台一系列的政策救市,其目的是为了给市场营造一个更好的购车环境。首先是价格,政策的出台能为大家带来更容易接受的价格。从现在中国消费者的购车环节上来说,整体上比日本和一些欧美国家,相关的税费要高。应该说汽车税制方面的改革是比较有利于营造一个良好的购车环境的。

另外,现在全球各国政府都在不断地下调存贷利息,利息的下调对于贷款购车的用户来说,支出成本也会下降,能刺激一定数量的用户来买车,因此利息方面的作用也是很重要的。

记者:09 年要提升到 24 万辆的产能,请问东风本田是新建工厂还是在原来的生产体系进行改造?

仓石诚司:去年我们在全体员工共同努力下,用户对我们有更多的信心,取得了一个很好的成绩。

实际上,东风本田在 08 年还仅仅具有 12 万台的产能,但实现了 16 万 4 千多台的销售成绩。这是基于,08 年我们在生产线上进行的多项改进,有效地提高了生产效率,才能达到这个成绩。具体来说,东风本田针对每一道生产工序,进行了精密的计算。比如,原来是人工生产环节,我们都实现了机械化生产,有效缩短了生产时间。

东风本田现在的工厂,在设计初就是按照 24 万台的产能去建的,我们将在现在的基础上进行进一步的改进。具体来说,首先我们把我们的总装线增长,同时也把涂装生产线也增长了,提高了每天生产台数,通过这样的方式提升每一天的生产产能,能够达到目标。

记者:08 年思域混合动力车的销售目标实现没有?

仓石诚司:去年我们的思域混合动力车顺利完成了 200 台的销售目标。

微客市场分化 “轿车级”或成主流趋势

■ 晚杰

从 80 年代中期开始一直至今,中国的微客市场不断成熟,车型也随着用户的需求不断演进。从之前单一的微面到现在出现的“大微客”、“加长版微客”,微客市场进一步细分。

微客市场进一步细分

消费者的需求变化决定市场走势,这是车市铁的法则。面对消费用户不断升级的功能需求和价值需求,微客产品走向细分化市场。

从第一辆微客的下线伊始,微客便一直担当用户生产工具的角色,无论是在改革开放大潮之初,还是在不断突起的第三产业特别是个体私营经济时代,微客所承载的是用户对于生产工具价值的满足,这一角色也一直延续至今。

然而随着中国经济的不断成熟和发展,市场不断出现细分状态。之前作为生产工具微客也在随着转变。微客不仅仅是作为拉货和纯粹运输的工具价值存在,更是不间断的向“乘”用车方向进行发展和转变,而这种转变也让整个微客市场开始走向细分化。

细数中国当前的主流微客生产企业,在历经 20 余年的中国市场经济以及车市的历练沉浮中,业已成熟。通过对消费者呈现的多样化和不同等级需求的把握,微客厂商们开发出越来越多满足不同细分市场的微客产品,以满足消费者不断上升的产品需求。

微客市场进一步细分

纵观当前市场上的微客产品,均形成了针对各个细分市场不同需求上的产品,无论是加长版,还是在动力上进行排量提升的产品,都丰富了消费者针对不同需求的选择,同时各个微客生产企业纷纷在产品的各个方面进行了产品品质的提升,内饰到做工细节,造型到产品配置,微客现已摆脱“低质”的产品形象。

微客的产品升级,使微客不仅仅是在消费者的生活中扮演纯粹的工具价值角色,微客在消费者心目中的位置也不再仅仅是商用车的概念,现在的微客已经开始走向“商乘”两用的交叉使用,在这种产品功能转变及交叉的形势之下,微客在满足消费者的使用价值之上,开始向乘用车系的体验价值进行延伸,于是“轿车级”的产品概念浮出水面。

上汽通用五菱抓住了微客“轿车级”的发展趋势,开发出的五菱鸿途就是显示微客向轿车级细分市场发展的典型产品。五菱鸿途在传承五菱品牌品质可靠的基础上,成功地引进了轿车的设计理

念,更大范围地增加了人性化设计,具有体面、安全舒适、经济实用性强和创新设计等特点,不仅满足了微客作为生产工具而存在的使用价值,也实现了向舒适驾乘的体验价值的延伸,所以整车的产品价值得以大幅提升,也满足了消费者对于微客驾乘的更高需求。

顺势而出微客市场再现黑马?

海马福仕达对这一趋势的反映更加明显。这款车从研发设计到生产流程都继承了海马汽车生产轿车的规范化,运用轿车化设计理念加上完整的轿车配套体系,保证产品质量。同时在产品配置造型以及在内饰做工上都显示出对“轿车级”微客趋势的把握。

面对日臻明朗的微客细分市场以及微客发展的主流趋势,海马在郑州建立微客生产基地,问鼎中原之意不显自明。而海马福仕达微客也将成为海马郑州基地在微客市场中攻城拔寨的拳头产品。

当前进行的“海马福仕达纵横中国万里行”活动,将对海马福仕达的性能进行全面的评测,海马福仕达正接受着全国 22 个城市的几乎所有路况的考验,这对于一款微客产品来说,可谓苛刻,但正意欲中国微客市场强者的海马福仕达,不仅仅要在细分市场以及产品定位在满足“轿车级”微客的主流趋势,同时,打造精品微客,以过硬的品质来赢得消费者的垂青以及市场的尊重。

中国车市提前超越美国的三大可能性

■ 何醒言

在经历了冰火两重天的 2008 年之后,中国将有望在 2010 年成为这个星球上规模最大的汽车市场,而这比业内的普遍预测要快 7—10 年。虽然中国车市规模超越美国只是时间问题,但此前多数分析的判断是中国将会在 2015 年前后实现,届时,中国的新车年销售量超过 1600 万,从而取代美国成为世界第一大市场,但现在的普遍预测被金融危机的现实所提前,最主要的原因就是美国车市遭遇了战后最严重的寒流。

可以看到,中国车市超越美国车市成为全球老大,事实上是一个此消彼长的过程,但首先取决于美国市场的迅速下滑。2008 年 12 月北美汽车市场新车销量约为 88 万辆,日平均销量(DSR)比上年同月减少约 35.7%,已连续 15 个月下滑。2008 年 1—12 月合计销售的 1316 万辆,日平均销量比上年减少 18.4%。全年比 2007 年减少超过 300 万辆,其惨淡程度超过了上世纪 70 年代的石油危机。

与美国市场相比,尽管中国车市从今年第三季度开始同样遭遇到了连续 5 个月的同比销售下滑,同时未能达到全年销量突破 1000 万辆的目标,但仍旧能够实现 960 万辆的全年产销,年增长率在 7% 至 8%。这和目前的美国汽车市场规模差距不到 400 万辆,同时拉大了与第三大汽车市场日本(年产销规模 700 万辆)的差距。

因此,是否能在 2010 年提前超越美国市场,实际上就是是否能在两年时间内抹平目前这不到 400 万辆的差距。首先,取决于内因,也就是中国车市能否在 2009 年实现稳定增长?围绕中国车市今年是否增长目前存在两种论调:乐观说法认为从今年第二季度开始,投资拉动内需的效果就可以显现,车市将开始发力;而悲观的看法则是从第三季度或是更晚时候,车市才可能复苏。尽管仍有小部分人认为车市在今年会出现负增长,但从目前国家扶持汽车业的表态和宏观经济情况来看,可能性不大。如果 GDP 今年维持 8% 的增长,按普遍规律,汽车行业将实现 10% 左右的增长。这样,中国今年汽车产销将接近 1100 万辆。

另一个原因就是美国市场是否会继续跌落?这几乎是肯定的答案,只是下跌的幅度问题。据统计,目前整个美国市场上,有总计超过 40 家的生产工厂处于完全关闭或半关闭之中,克莱斯勒则将全部工厂关闭一周。日、韩系企业也在关闭工厂。因此,即使市场回暖,整个北美市场的生产能力也难在短时间内恢复,而厂家也不愿意再次冒产能过剩的危险。如若美国今年车市再整体下滑 20%,则将减少 170 万辆的产销,今年将会以 1100 万辆的规模收官,届时,中国的市场规模不论超越美国与否,也将实现“无限接近”。

最后一个因素就是即将出台的有关汽车产业的扶持方案。目前国内整个汽车业都在等待这一最为具体的有关汽车业的方案的出台。不论具体细则如何?可以肯定的是,这一方案的根本出发点是鼓励汽车工业发展和汽车产品消费的,这一方案应该说能够给予目前状况惨淡的汽车业以一针“强心剂”,但能否给予汽车消费以长久的刺激作用,还需要时间的检验。

ELANTRA 悦动

进享人生

满载好礼,悦动新春

新春到,有好礼!

现在购买 ELANTRA 悦动,就送现金礼包

让您和家人一起畅享悦动新春。

ELANTRA 悦动,一路助您进享人生。

“现代祝福年年送 新春大礼我来中”——北京现代春节免检活动启动

活动时间:2009年01月10日---2009年01月23日 刮刮卡抽奖 机率100%

京诚汽车 www.hnjexd.com

海南京诚汽车海口4S店

地址:海口市南海大道8号 销售热线:0898-68631088

大客户热线:0898-68636369 售后服务热线:0898-68636366

二手车置换热线:0898-68635966

海南京诚汽车三亚4S店

地址:三亚市新凤街中华城一楼

销售热线:0898 88665155

文昌专营店

地址:文昌市文城镇至迈号镇路口(海文加油站对面)

销售热线:0898-63281289 36911889

儋州专营店

地址:儋州市工业大道28号

销售热线:0898-23860503 23321389

赛拉图

东风悦达起亚海南 4S 店

东风悦达起亚三亚专营店

电话: 66801913 88665153

地址: 海口市南海大道 61 号 三亚市新凤街中华城一楼

迎新春 新年钜献 起亚三重礼

万元终身免费送机油

超低车身价

万元大礼包

5年·10万公里·终身保修

狮跑

东风悦达起亚海南 4S 店

东风悦达起亚儋州专营店

电话: 36688266 23880680

地址: 海口市南海大道 172 号 儋州市西部汽车城