

小排量车险:2009 全面开花

本报讯 28 日闭幕的 2009 上海车展上,大品牌做小排量成为一个看点。

“身轻如燕”SMART 借上海车展登陆中国。上海大众朗逸采用了全新动力代表了小排量车技术提升的方向;奇瑞则发布了其高端品牌瑞麒首款精致小车“瑞麒 M1”;长安新奥拓、力帆等发布的新款小排量车都经过全新理念的“洗礼”,时尚上市。而与汽车发展息息相关的车险行业,最近也开始盛行“小排量车险”——电话车险价格比普通车险低 15%,因此很多车主称其为小排量车险。

继平安在电话车险试水成功之后,人保和太保也加紧行动,于几年 3 月、4 月份大规模出击电话车险市场。

之所以称电话车险为小排量车险,是因为在同等条件下,它的价格更低。其“运营模式”不再采用中介代理,而是采用直接设立电话销售号码的直销模式。直销带来的是剔除了中介代理的佣金。在此基础上,保监会明确规定,拥有电话直销车险牌照的公司,其报价可以在国家最低 7 折限制下,再降 15%。那些中档以下车主,他们对价格敏感,电话车险则细分了这块市场。

汉兰达首开
豪华城市型 SUV 先河

本报讯 金融危机的大背景下,SUV 市场同样遭遇前所未有的寒流,因此,“变革”成为今年 SUV 市场的主题之一。上半年,以汉兰达为代表的新型 SUV 产品的到来为未来 SUV 的发展方向提供了借鉴。

中国汽车工业协会最新公布的统计数据显,2009 年第一季度,我国运动型多用途乘用车(SUV)销量为 10.24 万辆,销量同比增幅仅为 0.54%。与去年第一季度相比,增速大幅回落 40 多个百分点。而其中,3 月份销量为 4.06 万辆,与去年同期相比下降 6.58%。

业内专家指出,从 2008 年开始 SUV 市场增长速度的大幅放缓,增长速度从 1 年前的 40%锐减至现在的零增长甚至负增长,一方面是受到金融危机的普遍影响,另一方面也反映出,传统 SUV 已经不能满足当前环境下不断变化的市场需求。作为汽车个性化消费的典型代表,SUV 亟需根据新的市场形势进行调整,以更好地满足消费者的需求。

对市场有着敏锐洞察的丰田显然再次领先一步。4 月 12 日,广汽丰田正式宣布将于 5 月正式实现汉兰达国产。这一具有优良燃油经济性,同时兼顾豪华舒适性和多功能、多用途于一体的豪华城市型 SUV,将以 3.5 升和 2.7 升两个排量共 10 款车型的强大阵容,角逐豪华车市场及周边用车区间。

4月乘用车销量再创新高

自主品牌连续4月
市场份额第一

SUV车型销量增长最快

中国汽车工业协会提供数据显示,4 月份轿车共销售 59.15 万辆,环比增长 8.34%,同比增长 33.04%;MPV 车型销售 1.95 万辆,环比下降 3.54%,同比下降 4.05%;SUV 车型销售 4.84 万辆,环比增长 19.27%,同比增长 22.55%;交叉型乘用车(微型客车)销售 17.16 万辆,环比增长 3.62%,同比增长 70.66%。

笔者了解到,4 月份,SUV 车型环比增长最快,轿车、交叉型乘用车呈小幅增长,MPV 车型略有下降;与上年同期相比,MPV 有所下降,其它品种增速均超过 20%,其中交叉型乘用车增速超过 70%。

另外,1.6 升及以下轿车 4 月销量达到 41.9 万辆,比上月分别增长 11%,其与交叉型乘用车今年以来一直保持着非常好的增长势头。

中汽协助理秘书长朱一平分析,1.6 升及以下轿车和交叉型乘用车是受惠于车购

税两车型,今年以来销量表现良好即是国家有关政策促进的结果,也与城镇、农村经济活跃以及交叉型乘用车适应其发展的特征有直接关系。

中高排量轿车销量
出现回暖迹象

数据显示,4 月份轿车销量排名前十位的品牌依次是:凯越、悦动、捷达、F3、桑塔纳、伊兰特、QQ、夏利、雅阁和凯美瑞,上述十个品牌共销售 17.58 万辆,占轿车销售总量的 30%。

朱一平介绍,此前两个月受到购税优惠政策冲击的中高排量轿车 4 月份出现回暖迹象,“从近两个月情况看,中高排量的轿车虽然比同期还呈现下降的状况,但从环比情况看,有回暖的迹象,其中 4 月份 1.6 到 2.0 升的轿车比上月增长了 2.2%,2.0 到 2.5 升的轿车比上月增长了 5.2%”。

4月乘用车销售
83.10 万辆,环比增长
7.59%,同比增长 37.37%,刷新了上月销售 77.24 万辆所创出的历史最高记录,受惠于政策的 1.6 升及以下轿车和交叉型乘用车已连续 4 个月呈现稳步增长,其中交叉型乘用车销量环比增速超过 70%。

自主品牌连续
4个月市场份额位居第一

笔者看到,4 月份自主品牌乘用车销售 37.48 万辆,占乘用车销售总量的 45.11%,轿车销售 17.27 万辆,占轿车销售总量的 29.19%,两者市场占有率均超过其它国别车,连续 4 个月市场份额第一。

自主品牌能够保持 4 个月市场份额第一,主要得益于 1.6 升及以下轿车和交叉型乘用车持续 4 个月稳步增长。目前自主品牌车型主要集中于这部分车型,从轿车销量排名中也可以看出,F3、QQ、夏利都属于低排量车型。

另外,自主品牌 MPV 4 月份销售 1.14 万辆,占 MPV 销售总量的 58.46%,高于合资品牌近 17 个百分点。

4 月份,销量排名前十位的轿车生产企业依次为:上海大众、一汽大众、上海通用、北京现代、东风日产、奇瑞、比亚迪、吉利、长安福特和一汽丰田。

广汽丰田副总经理胡苏:混合动力凯美瑞很快推出

本报讯 搭载智能副驾的凯美瑞 g—book 在上海车展前夕发布,广汽丰田副总胡苏和江积哲也在接受本报专访时透露,广汽丰田将尽快在中国生产凯美瑞混合动力车型,目前正在做前期准备,争取在最短时间内推出。江积哲也说,混合动力凯美瑞车身将有明显的混合动力标志,车灯将变成天蓝色,驾驶席的燃油表将变成绿色。“混动”车型将在 2.4i 基础上进行改进。

对于一直销售不尽人意的雅力士,广汽丰田副总胡苏表示:今年第一季度雅力士的

销量大大好于预想,每月 2500 辆的表现体现了雅力士后劲十足,并表示今年广汽丰田要着力打造雅力士精品小车的形象。

胡总介绍,2009 年雅力士的销售目标是 1.5 万辆,要完成今年的任务并不难,但要做到增量,就得进一步加强雅力士的认可度。“上海车展推发现雅力士活动,以及稍后推精品小车概念,使雅力士的价值可视化”,胡苏透露广汽将对雅力士营销进行“补课”。“比如,我们上个月就推出雅力士 1.6e 车型,在具备与顶配车型相同的强劲动力、灵敏稳定的

操控同时,又适当地舍弃了部分豪华配置,迎合了目前消费者希望降低购车成本、追求‘经济适用’车型的消费需求。”

对于即将国产的汉兰达,胡总表示:“它的定义是豪华车型,这个车型有几个特点,一个是它所具有市场独占性,它是 2.7i 和 3.5i 排量,在豪华车型里属于填补市场空白。我认为它会有一个不错的前景,它延续了我们整个渠道产品的连续性,凯美瑞之后你会想买什么,就会想到买汉兰达,所以对这个渠道是一个支撑的产品,也能够给广汽丰田经销商带来非常好的盈利。”

再下汶川
感受“汶川新表情”

本报讯 5 月 7-9 日,东风日产阳光关爱基金、广东教育活动中心联合开展了东风日产“汶川新表情”活动。这是继 3 月 28 日-4 月 4 日东风日产“阳光关爱·教育援川”的首批专家志愿入川援教之后,东风日产员工、经销商、车主等近 50 人再次深入汶川,用镜头捕捉震后汶川的点滴变化,近距离感受汶川新表情。

对映秀小学和映秀幼儿园的捐赠是本次“汶川新表情”活动重要组成部分。5 月 8 日,一场简单而隆重的捐赠仪式在映秀小学举行。东风日产党委副书记潘治清先生代表东风日产和阳光关爱基金会向映秀小学捐赠了价值十几万元的现金和礼品,带去了东风日产人对震区师生的关怀和问候。同时,东风日产四川 12 家经销商也联合捐赠了价值 12 万元的现金和物资,送上他们对父老乡亲的一片深情。

真情捐赠 温暖抚慰

车队进入映秀镇,老师和学生列队欢迎,给远道而来的客人献上洁白的哈达和鲜艳的羌红,气氛温暖感人。捐赠仪式上,东风日产党委副书记潘治清亲手将十万元现金支票转交给映秀小学校长谭国强,用于映秀小学教学设备的购置和映秀教师生活的改善。

潘书记在发言中说,在地震中,映秀小学和幼儿园的教师们不顾自己安危奋不顾身抢救学生,令人感佩。不少教师在地震中失去了亲人,仍然坚守岗位岗位。潘治清给映秀小学和映秀幼儿园的每位教师送上了 1000 元慰问金,希望能够缓解他们一些生活压力,更高效的投入到教学工作中。

映秀小学和映秀幼儿园的孩子们也提前得到了一份六一儿童节礼物,拿着礼物他们互相比较嬉闹,天真童趣的脸上已经见不到曾经的惊悸麻木。一年来,在社会各界的关爱下,映秀小学的校园重建得到了妥善解决,孩子们 9 月就要搬入崭新的校舍中重新开始正常的学习生活。东风日产客人们的到来,除了物质方面的帮助外,对即将迎来震后一周年的孩子们来说,更是一剂温暖的心灵抚慰,他们知道,自己永远不会孤单。

东风日产潘治清在捐赠仪式上还表示:作为企业公民,在谋求自身发展的同时,必须以更加长远的眼光关注社会公益事业。映秀师生的坚强乐观让东风日产人感动,东风日产将会持续关注汶川的公益和教育事业。

东风日产经销商港宏集团总裁吴斌先生,代表东风日产 12 家成都经销商向映秀小学、幼儿园捐赠了价值十二万元文体器材和现金,他充满真情的表示:东风日产一向倡导和鼓励经销商进行慈善公益活动。

伤痛无法忘却,重生更值得关注!深入汶川的三天时间里,东风日产员工、经销商及车主走访了映秀镇、汶川羌寨等地。所到之处,随处可见热火朝天建设中的居民房屋、桥梁、学校、工厂……汶川的交通、经济、生产、生活正在逐步走上正轨。地震给汶川带来了灾难,而汶川蓬勃向上的新生力量更令人肃然起敬。

在映秀的一间板房餐馆,我们邂逅一位乐观漂亮的老板娘,地震中她失去了自己的孩子。或许夜深人静的时候,依然会想起自己远去的宝宝。可是出现在众人眼中的她,干练、爽朗。为了创收,她将自己住的板房让出一间,精心布置,作为餐厅。蓝色的屋顶、火红的灯笼、鲜艳的花朵、老板娘亲手烹制美味地道的夫妻肺片……汶川五月的艳阳中,弥漫的是希望的味道。

羌寨里的景象同样令人振奋,重建的建筑保持了民族风貌,传统的羌族服饰依然别致美丽,崭新的未来更让羌族人充满期待……同去的汶川教育局的领导介绍说:羌族文化受到国家的重点保护,受到全国人民的关注和支持,羌族的习俗和传统一定会延续下去。

“汶川新表情”活动是继“阳光关爱,教育援川”首次志愿者入川援教活动之后,东风日产履行企业公民责任的再一次行动。4 月 24 日—5 月 31 日期间,东风日产官方网站与腾讯网同步,进行“汶川新表情”照片征集活动,向更多的人展示汶川一年来的全新面貌。

据悉,东风日产和广东教育活动中心共同组织的“阳光关爱,教育援川”系列活动,第一批专家志愿者援教活动取得了显著成果,得到了汶川师生的一致赞誉。东风日产在年内还将有 4 次志愿者赴川援教活动。目前,第二批专家志愿者入川活动已经筹备完毕,整装待发。



汶川的公益和教育事业。

汶川的公益和教育事业。

汶川的公益和教育事业。

汶川的公益和教育事业。



前所未有的价格优势 更高级别的豪华配置

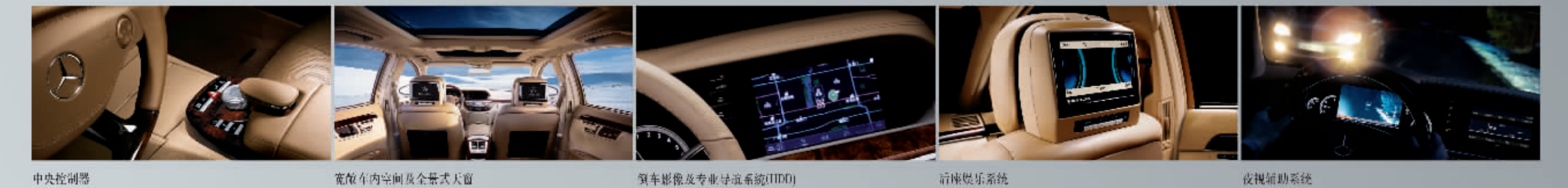
高配S 300 L豪华型轿车试驾活动进行中

以前所未有的价格优势,承载更高级别的豪华配置,梅赛德斯-奔驰S 300 L豪华型轿车,尊崇风范,荣耀立现。

试驾活动现正进行中,请速前往当地授权经销商,亲临赏鉴。

www.mercedes-benz.com.cn

S 300 L豪华型
市场指导价 1,148,000 RMB



中央控制器 宽敞车内空间及全景式天窗 行车影像及专业导航系统(TTOD) 后排娱乐系统 夜视辅助系统

不同车型配置略有不同,以实际产品为准,详情敬请咨询当地授权经销商。本活动最终解释权归梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司所有。

海南联合皇冠汽车服务有限公司 海南省海口市滨海大道50-1号 电话: (0898) 6853 2800

