

车政导航

今年哪些政策护航车市?

中国汽车市场的发展,一直以来无法绕开“政策”一词,政策的方向往往决定着市场的走向。2015年,又有哪些重大政策将会出炉?市场又将朝哪些方向走?哪些市场短板将会受到政策的关注?作为全球最大的汽车市场,产销已经超过2400万辆,任何一项政策的出炉将会牵动市场的敏感神经,影响全球汽车产业的发展。

《汽车品牌销售管理办法》今年,全新《汽车品牌销售管理办法》有望出炉,这将有利于建立更为完善的汽车流通环境。根据之前发布的信息,新《汽车品牌销售管理办法》将会对经销商授权从一年一次改为5年一次,可以自动续约。这将为经销商从车企庞大的销量目标中松绑。

《关于征求促进汽车维修业转型升级 提升服务质量的指导意见》去年发布的《关于征求促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》,2015年正式实施,全方位地重塑了现有汽车售后环节。汽车售后市场将会迎来一个全新阶段,打破了车企配件的单一供给渠道,将提供维修市场新的发展空间,有利于维修的多元化。

2015版C-NACP碰撞测试标准 今年下半年,2015版汽车碰撞测试标准将正式实施,内容包括在试验项目和评分方法上,同时,将现版本的四星及五星评价标准适当提高。

车内空气质量强制性标准出炉 关于汽车空气质量,我国现在只有参考性标准,并无强制性标准。而市场上经常传出汽车室内空气质量的报道。今年,国家环保部将在现有《乘用车内空气质量评价指南》上进行完善和修改,并在2015年出台车内空气质量强制性标准。

车闻速递

2015上海车展主办方:或“取消车模展示”



日前,上海车展主办方相关负责人向媒体证实,2015年上海国际车展或将取消汽车模特展示。

1月9日,多家车企人士表示,已经接到相关部门关于“上海车展取消车模”的通知。如吉利控股集团公关总监杨学良在新浪微博中称:“同事说刚接到上海车展组委会通知,今年车展一概取消模特。”他同时评论道:“最好明星、演出啥的都取消,地方车展也这样,还大家一个清静的车展!”

而长安汽车人士表示,我们的同事也说取消了,只不过没有正式文件通知。据悉,两年一度的上海国际车展将于4月下旬在新落成的上海虹桥国家会展中心举行。“上海车展或将取消车模”一经传出,立刻受到社会各界的普遍关注。有业内人士表示,此举“意味着多年来‘车展看胸不看车’的情况将彻底消失”;也有评论称,这是体现精神文明建设,还原了车展的本来面目。

平行进口车开闸即遭棒喝

1月7日,随着《关于在中国(上海)自由贸易试验区开展平行进口汽车试点的通知》在上海市商务委官网公布,宣告平行进口汽车试点在经历了一年的讨价还价之后,终于在上海自贸区正式落地。同时,天津自贸区也对汽车平行进口跃跃欲试。

然而,在汽车行业分析师田永秋看来,上海自贸区已经落地的《通知》要求试点企业是平行进口汽车产品质量追溯的责任主体,应当依法履行产品召回、质量保障、售后服务、汽车三包、平均油耗核算等义务,不允许进口旧车和非法改装车,并负责采用原制造商许可的方案消除质量缺陷。“似乎没有一项是这个所谓‘责任主体’有能力承担的。”田永秋称。

据了解,目前宝马进口车经销商几乎已没有盈利的车型。曾经一车难求的X5上市当年即降价15%,旗舰轿车7系更是七折甩卖,导致经销商每辆要赔一二十万元甚至更多。看似遍地开花的景象似乎并不意味着平行进口车春天的到来。

延续多年的交通出行模式和利益分配方式,正在经受着互联网时代和互联网思维带来的颠覆与考验。就在出租车罢运和专车“被黑”成为业内外争论的焦点时,另一种带有深刻互联网基因的新鲜事物,悄然来到人们面前。1月8日,戴姆勒集团与重庆市政府签署协议,宣布将于年内内在重庆市试点Car2go汽车共享项目。作为项目推广的一部分,Car2go在中国也有更本土化的名称——即行。



汽车共享“即行”走近我们

当你需要用车时,你通常会面临三种选择:开自己的,打车或是租一辆。在很多人看来,拥有一辆自己的车,有着最高的灵活性和最低成本,但当你身处外地、汽车限行以及缴纳每年的保险、保养、停车费时,或许会有另外的感受。相比之下,打车往往受制于出租车资源的稀缺性,同时有着最高的单次出行成本。至于租车,尽管有自驾车的灵活性,又无需承担相关维护费用,但传统的租车需要填写繁琐的表格、事先约定租车时间、去租车

公司提车 and 还车……以至于在很多人心目中,租车从来就不是一个选项。无需填写表格、从遍布城市的若干个停车场选择就近提车还车,并按实际使用时间收费……如果租车的体验是这样的,你是否会考虑? Car2go所带来的,正是这样一种体验。而这种模式,也被称为汽车共享。

作为全球最大的汽车共享品牌,戴姆勒于2009年推出了这一项目:用户通过简单的注册认证成为Car2go会员,即可在智能手机上搜索离自己最近的车辆,确认租车并打开车门。租车按分钟方式计费,用户到达目的地后,只需停在满足条件的停车场内,通过智能手机即可完成整个租车过程。

Car2go的中文名称“即行”,形象地描绘出这一过程,即租即用、及时快捷。从2009年至今,car2go项目已在全球29个城市运营约12500辆车,提供交通出行服务超过3200万次,注册会员超过100万人。

车辆的问题让用户承担,显然令人无法接受,但若用户发生事故后选择私了拿钱,而让运营公司承担相关保险费用,也绝不是长久之计。

此外,汽车共享的“完美”体验,在很大程度上取决于车辆投放数量和租车价格。若租车成了“中彩票”般的小概率游戏,就永远无法成为一种对解决出行问题产生真正效果的模式。同样,若租车价格没有优势,也就成了一种只属于少数人的“行为艺术”。根据戴姆勒的计划,将在重庆首批投入几百辆Smart用于Car2go项目。对于重庆这个特大的城市而言,几百辆车想要取得可见的效果,恐怕还需要一个过程。

是革自己的命。试想,若中国真有30%的消费者都放弃原有购车计划,那谁能给每年2200万辆的汽车销量找到新的“出口”?因此,或许汽车共享是对现有模式的一个补充。这一定位决定了其在推广之初,其目标就不会伤及根本,但这同时也意味着,那些“美好”的汽车共享社会的蓝图,也很难真正走入现实。

更重要的是,在谈论汽车共享在中国的前景时,我们无法对来自政府和政策层面的因素视而不见。实际上,如果你真正理解了汽车共享的核心理念,就不难发现,已被多个地方政府明确肯定的“专车”,正是一种广义上的汽车共享。

租车的终极进化

Car2go的“理想国”

汽车共享的中国式悖论

Car2go,或者说汽车共享带来的好处不言而喻。除去前文提到的,租用车辆相较私人拥有车辆,在综合成本支出上的优势外,在互联网相关技术的支持下,汽车共享实现了车辆资源的优化配置。有统计显示,一辆充分发挥效用的“共享”汽车,大约可替代4-10辆私家车,有效减少碳排放和交通拥堵。对于交通问题日益突出的中国而言,这无疑是一种不错的解决方案。从这个角度而言,也就不难解释为何戴姆勒将Car2go的亚洲首秀选在中国,又将在华首个试点选在重庆这座中国人口最多的城市。

更重要的是,汽车共享还能潜移默化地改变人们长久以来形成的用车出行习惯,变买车为“共享”汽车。据美国的一项统计显示,30%以上的汽车共享客户,放弃了原有购车计划,或是卖掉了自己的汽车。

也许上述问题的解决,更多有赖于时间和相关制度的完善。但对Car2go这个源自汽车厂家的汽车共享项目而言,其本身就存在一种矛盾。如前所述,汽车共享的推进,会带来用车习惯甚至购车观念的变化,这对于依靠卖车盈利的厂家而言,无疑

缓解拥堵,降低排放,实现资源的最优配置,以及最便捷的个人出行方式,这些听起来相当完美。不过,当我们仔细审视Car2go所代表的汽车共享,问题也就随之而来。

一个最突出的问题就是,如何面对信用风险,特别是在国内个人征信体系还不够完善的背景下。简单的会员注册,无需繁琐合同的租车过程,这样的体验看上去很美,但如何解决信用风险?车辆在行驶中出现故障,如何界定责任?若出现事故,又该如何解决?若把

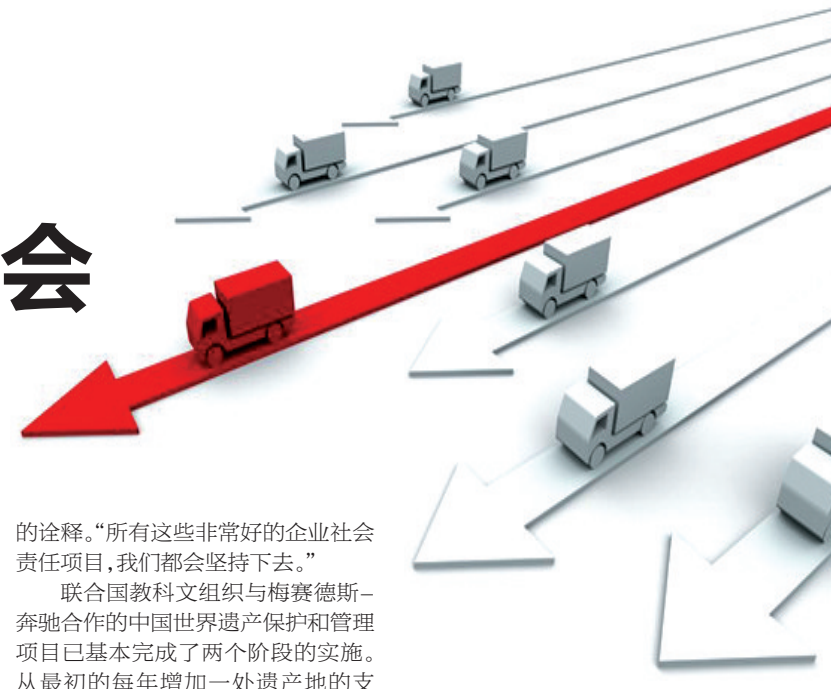
公益车品

文化公益成车企社会责任新趋势

在刚刚过去的2014年,汽车企业在践行企业社会责任的道路上更加突出了“可持续性”,在文化类公益项目中更加重视对中国本土文化的保护与传承。联合国教科文组织与梅赛德斯-奔驰合作的对中国世界遗产保护和管理项目、宝马的文化之旅项目经过多年的发展,已经形成公益影响力,得到业界的广泛关注。2014年,长安PSA汽车DS、上海大众也参与进来,如DS文化保护微电影项目、上海大众助力重走丝绸之路等让公众再次聚焦文化公益项目。

关注文化公益的可持续性

有专家表示,企业社会责任承载了企业本身对个人、社会、环境的关



注,而文化贯穿于个人、社会、环境等一系列从微观到宏观的要素中,成为不可或缺的一部分。

企业社会责任并非一蹴而就,汽车企业对文化公益项目的侧重也反映出对企业社会责任可持续性的关注。中国汽车文化促进会秘书长杨晨曾对媒体表示,汽车行业包括其他企业的社会责任规划一定要有三个维度:一是高度,一把手要亲自抓企业社会责任,而且要融入企业内部的每一个环节;二是宽度,规划和开展企业社会责任时要另辟蹊径;三是深度,就是干,长期干,永远干。

华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官康思远先生也指出,“可持续性”是BMW在中国从事企业社会责任事业最大的特点,而“BMW中国文化之旅”可谓对于这一特点最精彩的诠释。“所有这些非常好的企业社会责任项目,我们都会坚持下去。”联合国教科文组织与梅赛德斯-奔驰合作的中国世界遗产保护和管理项目已基本完成了两个阶段的实施。从最初的每年增加一处遗产地的支持,到如今的系统化、战略化管理,通过设立专属基金的形式,保证了项目的后续进行。据了解,目前已经有七个遗产地纳入到支持规划,未来预计还会持续开展。

文化公益合作方式的探索

伴随着汽车企业在文化公益项目的深入推进,与联合国教科文组织的合作模式也更合理、更有效。在角色定位上,车企一般作为捐资方,保持着与第三方相对独立的角

色,既参与决策又不过多干涉专业性组织的判断。联合国教科文组织在华进行世界遗产保护项目的过程中,不断探索项目合作形式,与捐资方达成了很好的合作模式,被联合国教科文组织总干事博科娃女士誉为UNESCO全球与私营企业合作模式的典范。如何保证文化公益管理的可控性与科学性也是企业与合作方共同关注的话题。汽车文化公益在执行的过程中,也在避免公益做秀现象的发生,在公益项目的预期效果上有了更多的判断与规划。

国际车讯

市场放缓 海外车企集体补偿在华经销商

据悉,经过多年的高速增长,中国成为世界上最大的汽车市场。但由于经济放缓、较小的利润空间导致利润分配谈判更为强硬,加剧了全球汽车制造商和当地汽车经销商之间的紧张关系。纠纷对一些汽车公司代价巨大,他们同意支付数百万美元来维持关系。

率先反抗的是中国汽车流通协会(CADA),本周早些时候公开宣布它已说服德国汽车制造商宝马支付51亿元补偿经销商,因2014年利润低于预期。中国汽车流通协会接受外媒采访,宣布达成协议。宝马未证实51亿元金额,但表示有达成协议但不需要修改2014年盈利目标。

两名消息人士告诉英国路透社,奥迪承诺补贴经销商20亿元。戴姆勒已支付中国奔驰经销商约10亿元。两家公司都拒绝置评此事。补贴并不是唯一的问题。经销商也抱怨高销售配额,这将损害他们的利润。大众旗下的保时捷今年在中国销量目标上涨40%至6.4万辆,而其经销商却要削减。保时捷拒绝发表评论。

争议表明,中国汽车市场正在逐渐走向成熟。2013年,中国购买了49.2万辆奥迪,36.2万辆宝马和22.8万辆奔驰,使中国成为德国豪华汽车品牌的必争之地。然而,中国的汽车消费者也慢慢考虑价格因素。这意味着利润空间降低,经销商需要从厂家获得更多补贴。

宝马经销商公布的支出规模在欧洲被侧目,它被看作是关系恶化的信号。Evercore ISI汽车分析师Arndt Ellinghorst表示,“事实上,经销商公布的这些数字是令人震惊的,是闭门造车的结果,他们或许需要重新考虑销售策略。”

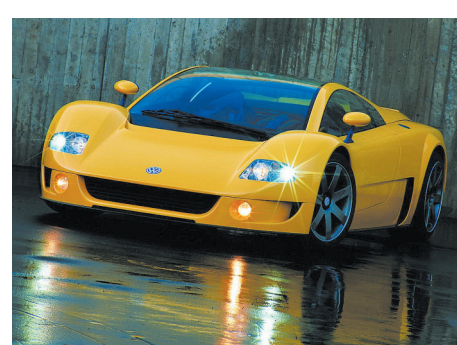
宝马与其经销商都面临重要的一年:该公司即将推出新的宝马7系,而中国市场尤为重要。

汽车制造商说,确保经销商盈利、运行良好关乎他们自身利益。经销商是客户接触奢侈品牌的第一选择。

奥迪表示,“一个稳固的销售网络是我们战略的一部分,经销商满意才能让顾客满意。”戴姆勒表示,谈判旨在获得“经销商销售业绩上升、经营质量和客户服务提高的健康平衡。”

大众、保时捷和奔驰与经销商通过由中国汽车流通协会设立的“经销商委员会”谈判,增加了经销商影响力。

2014全球车企销量五强出炉 大众居首



美国媒体autoevolution1月8日统计了全球顶尖车企发布的销量数据,得出结论:2014年全球销量冠军由大众集团获得,丰田位居第二,通用排名第三。

大众集团2014年销量总计达9919305辆,非常接近1000万辆的里程碑。得益于旗下奥迪与斯柯达两大品牌的共享。奥迪2014销量同比增长9.3%,斯柯达销量增长10.2%,在华增长强劲。

丰田公司2014年全球销量为9818609辆,同比下降2.3%。通用公司年销量为8017844辆,同比下降0.2%,排名第三。

雷诺日产联盟2014年销量7947606辆,仅比通用少7万辆,排在第四位。现代起亚公司销量7550383辆,同比增长4.1%。

英菲尼迪 Q60概念车首发 或年内投产



日前,2015北美车展正式开幕,英菲尼迪全新一代Q60概念车首次亮相。新车揭示英菲尼迪新一代豪华运动跑车的未来设计方向,量产版车型将于2015年在英国投入生产。

据官方介绍,全新Q60概念车采用了英菲尼迪最新的家族式设计,前脸造型延续了Q80 Inspiration概念车的设计理念,前进气格栅采用黑色网状设计,边框采用镀铬装饰处理,前大灯组造型非常动感,并融入了LED光带,前保险杠造型还配备了黑色导流板。Q60概念车侧面线条非常流畅,配合低矮的车身以及21英寸运动轮毂,使新车更具动感,更具视觉冲击力。