多重因素袭击车市，上半年销量喜忧参半

微车旺销领航车市

据全国乘用车市场信息联席会统计的数据显示，2008年上半年乘用车市场销量形势不容乐观。尤其自从4月份开始，车市连续三个月环比负增长，更是打破了往年的走势规律。虽然从同比上来说，取得了13.1%的增长，但这是自2004年以来，半年增长最缓慢的。传统的5月旺季不但未能如期回暖，反而让车企与车商们在盛夏感到了些许“寒流”，更对下半年市场形成了巨大的压力。

晚报记者 陈娴

上半年微车市场逆势飘红

面对日益蔓延的“拐点”一说，微车领军厂商上汽通用五菱近日发布的上半年销量数据，无疑具有很强的市场提振作用。数据显示，该企业前6个月的销量创下微车领域新记录，达到351831辆。其中，微型商用车表现强劲，一举创下331802辆的新高，市场占有率进一步提升到46%以上。上汽通用五菱不仅跑赢大市，更意欲带领2008年车市，从“寒流”中突围。

就在今年年初时，可能很少会有人怀疑年增长20%这一数据，因为车市连续几年的高增长让几乎所有人的信心高涨。但在CPI居高不下、银根不断紧缩、原材料价格不断上涨、国际油价屡创新高等多重利空的夹击下，表现出来的增长速度却与预期相去甚远。

中信证券高级研究员李春波认为：“回顾2007年，宏观经济、股市都非常好，消费者对于市场是非常有信心的，但是今年完全不同了。”以至于以往屡试不爽的新车上市拉动消费的方式，也不再那么灵验，消费者对不断推出的新车和老车型的降价已经近乎麻木。

二、三线城市成为销量增长点

尽管如此，中国车市并非没有亮点。一些二、三线城市以及县城，汽车销量增速仍在加快。特别是随着农村市场的迅速开拓与发展，微型车的销量正在迅速增加。

中国乘用车市场联席会发布的数据中，上半年微型车总产销量分别为602185和602712辆，同比增长率分别为14.3%和15.8%。在这其中，上汽通用五菱却以总销量351831辆、微型商用车331802辆创下新的销售记录。尤为难得的是，在中国车市整体下行的趋势下，上汽通用五菱的强劲增长，无疑给车市注入了活力与希望，也引发了行业和市场的关注与思考。

业内人士指出，小排量商用车受CPI上涨、银根紧缩和高油价等通胀因素的影响相对较小，而原材料上涨通过多级消化后，其影响也大大降低，因而总体发展依然平稳。

据了解，在汽车增速加快的县城以及农村市场，上汽通用五菱网点覆盖率已超过25%，而2008年底甚至会达到30%，基本覆盖了中国所有的县级市场。在这个注重口碑的市场中，上汽通用五菱的品质、口碑已得到充分认可。

【全城节油总动员】

高油价时代 节油成主旋律

随着油价不断上涨，节油车型逐渐成为当下汽车市场当之无愧的主角，为了让消费者更加深刻的体会到汽车的真实油耗和性能，经销商纷纷举办各式各样的节油大赛，力求让爱车展现出最优秀的一面。

长安铃木 天语（三厢）4.16L/百公里摘冠

8月24日，来自长安铃木河南节油大赛七个分站赛三个组别的冠军选手齐聚郑州郑开大道白沙加油站处，首届长安铃木河南节油大赛总决赛在这里举行。

此次节油大赛自8月9日开赛以来，依据赛程安排，先后在郑州、新乡、焦作、洛阳、安阳、商丘等七个地市举行了分站赛，共设有雨燕组、SX4（两厢）、天语（三厢）三个组别的比赛，每分站组别的冠军将代表该分站参加总决赛。此次大赛的奖品为各组别冠军获得2008元的现金大奖。经过一上午的角逐，最终参加各组别节油赛冠军的成绩为雨燕组百公里2.82L、SX4（两厢）百公里3.82L、天语（三厢）百公里4.16L。

陈栋

比亚迪F3：5.16L/百公里夺魁

8月23日，河南华达比亚迪汽车4S店内迎来了一批批的“特殊客户”——参加本次节油大赛的选手。大家聚集在4S店展厅内，一个个“擦拳摩掌”，对即将拉开序幕的“河南华达2008奥运节油大赛”活动充满了期待。

本次比赛采用统一的车型——比亚迪F3白金版车型，上午10点，节油大赛在郑开大道开始，通过2个半小时的激烈角逐，2号选手葛保伟驾驶的比亚迪F3以百公里油耗5.163升的好成绩取得了本次比赛的第一名，6号选手毛中涛以百公里油耗5.208升获得第二名，8号选手姬来军以百公里油耗5.222升的成绩获第三名。在本次比赛中，经过16名驾驶员的实际测试比亚迪F3的平均油耗达到了每百公里5.08升。

李汪洋

东风标致307 节油也要夺金牌

近日东风标致河南神源特约店正在开展一项名为“寻找307节油狮子王”的活动，只要您是东风标致307车主均可参与。获胜者还可获得由该店评选出的节油周冠军、月冠军和年度冠军称号，更有500～5000元不等的维修基金大奖。

据介绍，东风标致307采用全新CVTS连续可变正时发动机，CMS智能控制系统，保时捷技术的Tiptronic手自一体免维护变速箱，在带来强劲动力的同时，满足环保和节油的目的。节能、环保、绿色行车已经成为一种时尚。对于307车主来说，这个机会着实值得把握。

屈彦飞

节油优势引发奔腾“冷市热销”

近日，一汽奔腾凭着在河南节油大赛中创造的油耗4.23L/百公里的出色成绩，在河南汽车市场掀起了一阵“热卖旋风”。奔腾6MT始终是一部气质独特的好车，而一汽奔腾“管家式服务”更是被河南裕华星光和豫港华信的工作人员诠释到了极致。车友这样评价：“我们就是奔着服务来购车的！”消费者的肯定使得经销商的服务更加尽心尽力。此外，经销商于近期展开“购买奔腾轿车用户、享受两年免费常规保养服务”的真情回馈活动。

卢望春

海马汽车第三工厂奠基 年产将增至30万辆

8月16日，海马汽车第三工厂奠基仪式在海南省海口市举行。作为海马汽车发展道路上具有深远意义的里程碑，第三工厂建成后，海马汽车年产能将在现有15万辆的基础上扩增至30万辆。成为国内少数拥有如此大产能规模的自主品牌汽车企业。届时，海马汽车将拥有3个整车生产工厂、2个发动机工厂和1个变速器工厂，以及落户园区的35家配套厂。海马汽车工业园园区总面积将达到3000亩，海马汽车产业链将可创造300亿元的工业产值。“第三工厂建成后不仅为海马的发展带来新的契机，也将进一步提升和完善海南汽车工业的竞争力，带动海南汽车工业进一步发展，海南也将成为中国自主品牌汽车重要的生产基地。”海马汽车相关项目负责人说。

陈娴

豪车市场继续看涨 Acura（讴歌）上调销售目标

Acura（讴歌）近日宣布将2008年的销售计划提升12%，增至2800台，在低迷的车市中继续保持强势。本田方面表示，2008年上半年的销量超出预期，为此提高了销售计划。在进入中国市场近2年时间，Acura（讴歌）通过服务升级、渠道布局提速等举措，加上旗下产品RL、TL、MDX的强大产品力，品牌知名度和销量都稳步上扬。业内人士认为，Acura（讴歌）提高销售目标，很可能是看好下半年即将上市的2009 Acura RL。目前中国虽然面临通货膨胀压力并实施银根紧缩政策，但是连续多年的经济高速增长，积累了相当强大的豪华品牌购买力。

陈娴

河南旧机动车交易中心载重车交易市场乔迁新址

随着郑州市二手车交易的日趋繁荣，位于郑州市北环路的河南旧机动车交易中心载重车交易市场已不能满足现有交易车辆的需求。经过紧张筹建，该市场近日顺利搬迁至郑州市西南绕城高速与107国道交叉口南200米。

据悉，该市场新址位于郑州南大门，地理位置优越，交易便利，占地160亩，投资1000多万元，按照市场规划，可满足1200辆不同类型轿车、面包车、栽重车、厢货、客运车进场交易。该市场高起点，高标准，运用专业化管理经验为交易双方提供交易洽谈、寄存寄售信息发布、转籍过户、办理各类税费等一条龙服务。搬迁后的二手车市场延续原市场的繁荣，周六周日为集中交易日，周一至周五全天交易。

陈娴

2008郑州国际车展系列报道之四

2008郑州国际车展 政府支持 市场化运作

“政府主导、市场化运作”是2008郑州国际车展(11月13日~16日)的一大特点。地方车展寻求自身的市场化道路的同时，也离不开当地政府的大力扶持与引导。一直以来，郑州市政府都把发展成“会展新都”作为郑州经济发展战略的重要目标。今年年初，郑州市会展办萌发了将中汽国际专业车展引入郑州的想法，在反复与深刻地沟通之后，中汽国际与郑州市政府达成共识，2008郑州国际车展应运而生。

郑州车展最大的优势来自于郑州市政府的支持与主导作用。就郑州车展项目，郑州市政府与中汽国际签订了长期的战略合作协议，明确将郑州车展定位为郑州市政府重点扶持的会展项目，发挥政府的主导及推动作用，协调公安、交通、消防、工商、税务等政府有关部门以及媒体，全力配合车展工作，以保持郑州车展项目的长期性、稳定性，为郑州车展的运营提供了强有力的支撑与保障。

拥有郑州市人民政府的大力支持和中汽国际的专业运营，全国汽车生产企业、经销商的积极参与，当地居民的热情支持——一2008年11月的郑州国际车展，必将成为一场集经济、文化、时尚于一体的高规格、大规模的中原汽车盛会。

田青

中植奇瑞缘何卖的便宜？

【题记】今年7月寒流再袭车市，市场销量连遇新低。放眼中原车商，面对严峻的市场形势使出浑身解数以图求存，然在诸多竞争要素中，价格始终还是一把利器；消费者购车，性价比的高低、实惠不实惠还是他们考虑最多的问题。作为自主品牌奇瑞汽车经销商，河南中植一直注重低价格销售、高品质服务，在广大用户群中颇受赞誉。

低价营销，让利于消费者

市场环境的日趋恶劣，受冲击最大的当属自主汽车品牌4S店，然而河南中植在此境遇中不仅没有退缩，反而越战越勇：6月、7月截至目前，奇瑞全系车型销售近千台。

“之所以能维持相对增长的销量，主要原因我认为还是车卖的便宜！”河南中植董事长卢义峰介绍说，“车子本身的性价比优势正在丧失，我们首先必须正视这个现实。消费者越来越理性，谁家的车子更便宜就买谁家的，如果谁无视价格的杀伤力，谁就将走进死胡同。”奇瑞作为自主品牌汽车，向来以性价比拼市场。“低价营销”一直是河南中植遵循的市场法则，用卢总的话说，“让利于消费者永远都不会错。”也正是这种营销思路，让中植的销量在残酷的竞争中始终保持优势。

1+1+1＞4，规模突显竞争优势

其实，价格战是把双刃剑，往往杀敌一千，自损八百。为此，经销商在经营中必须不断反思到底何种模式才是最适合自己的，“最终还是消费者追逐更低价位的本能促使我们做出选择最大限度的发挥经营模式差异化优势，在保证企业发展命脉的前提下把能让的利润全都让给客户。”经过四年的发展，河南中植建成标准4S店+大卖场+汽车城的网络格局，多元化组合模式已成为中原车市不可复制的典范，目标明确的购车者直奔4S店省去了舟车劳顿；货比三家的购车者也能在大卖场里对奇瑞汽车进行评头论足；对奇瑞这个民族汽车品牌情有独钟，但在车型选择上举棋不定的购车者尽可在汽车城里尽情体验全系奇瑞汽车……三策并举，客流得以梳理和细分其营销服务质量必更胜一筹。

（姚旭阳）

4年中植，献真情

——奇瑞全系车型“冠军价行动”盛大开启

1、奇瑞QQ3、QQ6、A1精品小车高达3000元优惠；

2、旗云、08款新A5以7000—10000元让利用户；

3、东方之子、东方之子CROSS最高优惠12000元。

中植汽车城 0371-67520333

中植中原4S店 0371-67275555

中润北环4S店 0371-67259996