

2009年中报告之综述

2009年的车业已驶至半程,在这样继往开来的时刻,《第一汽车》打算略做停顿,对过往之事做一总结,以期抛砖引玉,使更多人于急行之际驻足思考。上半年的总结将分为政策、市场、热销、解读等几部分,主要按影响力来划分,仅代表记者的观点。

# 车市销量连续五个月 世界第一

时间进入6月下旬,2009年上半年的车市,也即将画上一个圆满的句号。笼罩全球的金融风暴,带来了美国通用、克莱斯勒的破产保护、保时捷的资金危机、日本丰田的利润下降等坏消息。半年就要过去,中国车市并没有如当初传言的遭遇滑铁卢,反而越挫越勇,从3月份开始连续3个月在百万辆上运行。如果市场不再开玩笑,今年上半年国产汽车产销量可望达到600万辆。

晚报记者 王美华

### 数据:连续三月超百万辆

据中国汽车工业协会统计,1-5月国产汽车产销483.77万辆和495.68万辆,同比增长率分别达到11.10%和14.29%,是今年以来首次累计产销增速达到两位数水平,1-5月国产汽车产销量已经逼近500万辆,6月车市预计也将获得较好的增幅,因此上半年国产汽车产销量可望达到600万辆。中汽协已经判定,今年汽车千万辆年度目标可以实现。全国乘用车联席会本周也首次提高全年汽车销量预期,认为2009年中国汽车销量肯定超过1100万辆。

5月汽车产销分别完成110.69万辆和111.97万辆,据乘用车联席会上周公布的数字显示,我国汽车产销已经连续三个月在百万辆水平上运行,创历史纪录,连续5个月全球销量第一,显示出强劲的增长势头。

### 原因:内需被政策释放出来

不得不承认,国外汽车产销量受金融危机的影响,破产的破产,重组的重组,其销量和利润都严重下滑,而国内汽车在政策的拉动下,产销量都超越了美国。郑州一些车商认为,这一成绩并不完全是在政策的引导下才拉动起来的,国内经济受金融危机影响相对国外较小,希望有一辆属于自己的车的消费者很多,而税收的调整和补贴仅仅几千元,对车市的拉动作用还是得靠庞大的市场需求。也就是说,与其说政策对国内车市拉动效果甚好,还不如说国内消费者的需求庞大,只是被政策利好释放出来了。同时,随着国人消费观

念的逐步改变,汽车已经成为高收入人群的刚性需求。

此外,厂商成功突围二三线市场也是促使上半年车市火爆的重要原因之一。这些市场的发展,将全面带动中国车市滚滚向前。

在采访中,郑州大多数车商负责人表示,对于2009年上半年汽车市场的表现,非常满意。对于下半年的车市,近70%的车商都持乐观态度。车商们认为,不论市场好坏,车商最重要的还是得苦练内功,迎接机遇与挑战。

河南新希望总经理余继华表示,上半年前5个月非常火爆,然而到6月份有所降温,之所以这样,是因为前期国家给予的政策刺激了消费者的信心重建,释放了消费能量,促进了向现实加以转化。目前有所降温是因为经济形势尚不明朗,处于平台期,国家政策没有相关的政策刺激,市场转向平淡。

### 声音:上半年满意,下半年乐观

#### 上半年增长了43%

今年前5个月东风悦达起亚销量非常喜人,特别是新狮跑的上市给东风悦达起亚注入了旺盛的活力,最新数据显示前5个月东风悦达起亚整体增幅高达43%左右。虽然进入6月后销量势头有所减缓,但福瑞迪的上市肯定会进一步刺激该品牌的市场需求,相信今年下半年东风悦达起亚依旧会保持高增长的态势。

——东风悦达起亚销售运营部经理王树林

#### 上半年销量稳定 下半年有望稳定增长

与其他车型不同,我们车型的受众是个非常特殊、非常稳定的群体,因为双龙的车型基本是如爱腾、享御这样的SUV车型,所以在销售上并没有淡旺季之分。从上半年销量走势来看,我们公司



的销售量一直是稳步增长的态势,特别是有了前两年双龙品牌的市场宣传和铺垫,今年的销量肯定会有长足发展,我们十分看好下半年的市场。

——河南宜华双龙服务有限公司销售部经理 潘高峰

#### 可以乐观态度看增长

今年4月,日产品牌在中国的销量达到了66339台,首次超过了美国市场,雄踞日产全球市场第一;仅东风日产乘用车的销量就达到了43891台,几乎与美国市场的销量持平。

对于下半年的走势,市场消费需求将占主导作用。目前中国车市已经走出去年环比下降的道路,并呈现出回暖的势头,特别是进入四、五月份以后,仍然是热销状态,由此我们可以以乐观的态度来看待今年车市的成长。

——东风日产副总经理任勇

#### 市场形势 出人意料

今年上半年市场形势非常乐观,让人出乎意料。在国家宏观政策的影响下,上海大众5月续写神话,直销达59754辆,同比增长56.8%,并再次拔得国内轿车销量头筹。全面实施,其市场优势地位还将进一步得到巩固。

——上海大众销售总经理张海亮



**长城汽车 时尚 科技 精美**

**买酷熊 不差钱! 开酷熊 帅呆了!!**

酷熊形象代言人

<http://www.gwm.com.cn>

**酷熊 6.39-7.79万 合资品牌品质 自主品牌价格**

云南、新疆、西藏、海南单台加500元运费

★整车3年或10万公里保修承诺★

**1 准C级空间** 采用“四轮四角”设计理念,前排高940mm,后排高1020mm,前后排距离310mm-460mm,基本容积为600L,扩展容积高达2426L。

**2 VVT领先动力** 全铝VVT发动机,最大功率77KW,最大扭矩138N·m,采用连续可变气门正时(VVT)技术,60km/h等速油耗仅4.7L,相比同排量车型降低16%以上。

**3 卓越配置** ●德国博世8.0版ABS+EBD系统 ●奥托立夫双安全气囊 ●奥托立夫预紧式安全带 ●CD+Mp3/DVD等影音娱乐装备 ●方向盘音响控制系统 ●智能内藏式电动天窗 ●智能电动空调

**★ 诚招二级经销商 招商热线:13253368923 ★**

◆河南瑞华 长城旗舰店 销售热线:0371-63663888/63663999 旗舰店地址:郑州市中州大道与连霍高速交汇处向北1000米路西

◆河南瑞华 江山专营店 销售热线:0371-88883737/88883738 展厅地址:郑州市北环路中段江山汽车广场

◆河南瑞华 中博卖场 销售热线:0371-66077758 卖场地址:郑州市郑汴路中博汽车广场

◆河南瑞华 平顶山直营店:0375-7188888

◆河南瑞华 信阳直营店:0376-3803058 15603769511

◆新乡沃根:0373-2240288/3512000

◆许昌豫鑫:0374-5828585 13513747139

◆河南瑞华 濮阳直营店:13939080957

◆濮阳通达:0393-8809669

◆周口交运集团:0394-6197219

◆漯河鑫达:0395-2116929 13069592610

## “汽车下乡” 电影随行



3月下旬,汽车产业振兴规划细则出台。细则中针对农村汽车消费市场,制订了更加具体的鼓励汽车消费举措。这些措施不仅极大地刺激了农村汽车消费市场,而且也带动了众多微车生产企业新一轮“汽车下乡”活动。在诸多微车厂商主导的“下乡活动”中,上汽通用五菱推出的包括“电影下乡”、“医疗下乡”等的惠民行动计划,尤其引人关注。

### 惠民行动满足切实需求

与其他厂商不同的是,上汽通用五菱在“惠民行动”中,除了加强售后服务建设,通过产品展示让农民了解微车产品外,而且还针对农村消费者的需求,推出了“电影下乡”等一系列丰富多彩、农村消费者喜闻乐见的活动,以此满足农村消费者的切实需求,进一步丰富农民的业余文化生活。

据上汽通用五菱相关人士介绍,“送电影下乡”活动已经坚持数年。今年更是作为“惠民行动计划”的重要同容之一,与其他活动同时展开。“送电影下乡”活动,将把上汽通用五菱遍布全国2000多个行政县的1006个销售网点和1085个服务网点,作为“电影下乡”的输送渠道,切实送到农民兄弟的“田间地头”。

“‘汽车下乡’细则出台以后,前来购车的农民明显增多。在众多前来询问补贴政策、额度以及购车相关政策之外,不少农村消费者除了买车用车之外,对汽车下乡还有更多的想法和期望。”上汽通用五菱经销商河南裕华江南公司负责人这样告诉记者。

### 要真正符合农民口味

毫无疑问,“汽车下乡”细则的出台极大地调动了农村汽车消费的积极性。同时,在政策开路的大好环境下,各企业如何施展自身内功,

将成为“争抢”50亿的关键所在。业内人士分析,要让农民接受企业的产品外,还需要汽车厂商利用自身遍布城乡的经营网点进行广泛宣传,将企业文化和为农民群众办实事等信息传递到消费者心中,开展一些能真正符合农民口味,让农村消费者容易接受,并且能得到“实惠”的活动。只有这样,才能有效地推动“汽车下乡”政策,开辟潜力巨大的农村汽车消费市场。

从以往的经验来看,上汽通用五菱连续数年开展的“电影下乡”活动,已经覆盖了河南、山东、河北等800个乡镇,累计播放了8000场次的电影,在农村市场产生了强烈的反响,大大的提升了其品牌知名度。另外,河南裕华江南公司介绍,其区域内的经销商还主动接触那些正在使用三轮汽车和低速货车用户,加强口碑传播的影响,在农村赶集、聚会等特定节日,开展定点展示、派发资料等宣传活动。

“汽车下乡”政策细则出台后,有媒体人士认为,作为今年我国车市的重要举措,在振兴汽车产业的同时,政策也真正考虑到了广大农民的切身利益。显然,基于我国农村市场的特殊性,要让政策落到实处,让农民真正享受到实惠,还需要政府和汽车厂商共同努力,一起将惠民政策最大限度地普及落实。

晚报记者 陈娟 李汪洋