



郑州车市60年之 中级车

# 车市迅猛发展的支撑点



## 追溯起源:从无车无市走向发展萌芽

之所以会有“中级车”这个概念,是因为近年来汽车市场上车型日益增多,个性化的设计满足了更多消费者的需求,同时也将市场进一步细分。蒋贡敏说,中级车真正的发展还要算是上世纪90年代以后。他说:“经过改革开放时期国家对汽车产业政策的正确引导,以及人们生活水平逐步提高,思想逐步开放,私人购车的潮流开始兴起。当时很有代表性的一个车型就是两厢富康,它也是当时私家车的代名词。”

经商多年的李女士最早的一部私家车就是两厢富康。她说,20世纪90年代初期可选择轿车种类很少,还是普桑、夏利、捷达一类的传统车型。两厢富康一上市,突然让汽车有了性别,让汽车不再是千篇一律那样的棱角分明,所以在当时两厢富康的女性车主居多。

## 剖析现状:从跻身进入走向迅猛发展

也许就是从两厢富康开始,一下子勾起了女性对汽车的情有独钟。几乎是一夜之间,合资品牌纷纷进入到中级车市的阵营中来,而且车型设计的越发精致小巧,人性化操控功能也首度运用到普通级轿车的装备上,不仅大大刺激了女性消费市场,更让男性消费群体也有了更多的选择。不仅如此,随着中级车市场的快速崛起,一批有胆识、有策略的自主品牌也纷纷上马,推出如奇瑞旗云、吉利优利欧等车型。

到了2004年车市迎来了第二次转折,特别是处于中流砥柱的中级车阵营,虽经历了销售势头从“井喷”到“谷底”的巨大挫折,但在这个时期让中级车找到了新的突破口。合资品牌纷纷推出更适合中国国情的车型,以及个性化十足的车型,如东风日产的骐达、一汽丰田的卡罗拉、北京现代悦动、别克凯越、广州本田锋范等,都取得了不俗的市场份额。

与此同时,自主品牌车企也有了质的飞跃,奇瑞A3上市以来就一直处于热销状态;长城绚丽也凭借其绚丽的外形、强劲的动力不断创出销量新高;而稳居中级车上游的中华骏捷也依旧保持着旺盛的活力;以及刚刚上市的上海华普海景也创下了销量开门红。

## 谋略未来:从过度竞争走向产品创新

过度竞争,是中级车市场不可回避的现实。虽然,在当下的中级车阵营“降价”已经成为了一个滥用但却有效的“营销策略”,但长此以往,终归挫伤的还是消费者的购买热情,所以谋略未来、寻求突围就成了当下中级车阵营刻不容缓的问题。

从近来中级车市的几款热销车型来看,满足中国消费者偏爱大车的情节,不少车型都纷纷加长了尺寸。去年上市的伊兰特悦动就是个很好的例子,与其上一代车型相比,轴距加长了40mm,达到2650mm。其后,新宝来也把轴距从原来的2513mm扩展为2610mm。今年4月上市的科鲁兹轴距更有2685mm之长。

不光身材上越来越向“上游”车型靠拢,在配置上也变得越来越丰富。智能倒车雷达、全自动恒温空调、感应式雨刮器、一键式启动、定速巡航、GPS卫星导航、手机蓝牙免提……这些以往只在中高级车上才有的舒适性配置,基本在以上车型的身上都能见到。除此之外,那些配有“数字化”、“智能化”的车型也让消费者眼前一亮。

由此可见,处于竞争最为激烈的中级车市场,并不是只有降价才能够留住消费者的眼球,做好内功,让产品性能更加卓越才是发展的长久之计。

如果说,新中国成立60年以来老百姓的生活发生了翻天覆地的变化,那么“汽车进入寻常百姓家”就是其中一个非常鲜明的标志。据有关数据显示,从2004年以后,我国每年的汽车产销量都以超过百万辆的速度向上“井喷”。然而,面对这样一组振奋人心的数据,谁又能想到从1956年一汽生产的第一辆“东风”小轿车开始,到1992年我国汽车产销量达到100万辆,竟然用了36年的时间。河南工业汽车工业协会常务副会长蒋贡敏表示,中级车是国内汽车产业持续迅猛发展的支撑点。

晚报记者 陈娴

郑州车市60年之 经济型车

从无车无市到现今的战国时代,看经济型车的

# 汽车梦 开始的地方

1949~2009,六十年磨一剑。从新中国成立时的薄家底到现在的产销量有望突破1000万辆,如今的汽车工业已是国民经济重要支柱产业,涉及面广,关联度高,消费拉动大。中国已成为世界生产规模第三、汽车消费第二、市场潜力第一的汽车大国,前几个月中国的月产量已经超过美国,成为世界第一。可以预见的是在不远的将来,中国有望成为世界上真正的汽车强国。

晚报记者 王美华



## 无车无市状态 没有经济型车这一说

我们在一些历史纪录片里或者老照片里可能看到过这样一些镜头,陈旧的街道上,跑着为数不多的几辆小轿车、吉普车还有公交车。“新中国成立初期,郑州有汽车,不过那些都是战利品和援助品,家底很薄。都是分配给领导的。”河南省汽车行业协会常务副会长蒋贡敏说。

据了解,虽然1956年、1958年,第一辆解放牌、红旗牌汽车相继诞生,标志着我国汽车工业的开启,但是直到1970年,我国轿车最高年产量也就600辆。

1978年至1988年,是计划经济与市场经济并行的阶段。改革初期,郑州街头汽车极少,国产的解放和红旗,偶尔能见到的也只是拉达、白茹、达契亚、波罗乃兹等车型;1985年以后,桑塔纳才开始出现。蒋贡敏回忆说,“国有的省机电、市机电是当时最大的汽车经销企业,掌握着紧缺的汽车资源,老百姓依旧与汽车无缘。”

“说白了,经济型车这一概念也是近几年才提出来的,最开始的时候也就是桑塔纳,车型很少,也没有车市这一说。河南经济型车的发展史也可以说成是郑州车市的发展史。”河南新希望总经理余继华说。

## 改革开放 郑州车市萌芽 经济型车多了

改革开放的春风来到了郑州,汽车销售指令性计划逐步缩小,指导性计划逐步扩大,郑州市也开始了市场化进程。这个时期最大的特点应该是私人可以买汽车了,不知道多少人燃起了汽车梦。

河南新裕隆的董事长孙开东感触颇深,他说:“1993年那时候买车要托关系找指标。车型少,只有上海大众、标致等车型,货源紧,摆出来多少车就卖多少,不过基本上都是只有一台车。按现在的标准,这些车型都算经济型车吧。”

“郑州在上世纪80年代的时候,跑得最多的就是黄面包。普桑、夏利、富康这些车私人拥有的也多了起来。”余继华说。据统计,1992年,我国私人汽车保有量达到100万辆。

从上世纪90年代末,郑州开始出现了一大批汽车品牌店,车型也逐渐多了起来,中原汽贸、裕华、豫港、郑州海马等公司的成立,郑州市也热闹了起来。直到1999年,河南新纪元河南第一个国际标准的汽车4S店的出现,开启了郑州市的战国时代。

## 现如今 车型过百 进入战国时代

如今,无论什么时候,只要你打开电视、翻开报纸,几乎都能看到新车上市的消息,都能看到汽车降价的广告。据不完全统计,仅经济型车,就有上百款。现在老百姓最关心的三个市——“车市、房市和股市”,其中,车市是国家最不用操心,百姓最满意的。

余继华说:“经济型车是这几年车市发展迅速,为了更好给车定位才提出来的,一般是指价位在10万元以下的A级、AO级车。”蒋贡敏则认为:“过去不分经济型车,1.6排量以下的都是经济型车。1986~2000年,是桑塔纳的天下,现在车型已经多得分不出是谁的天下了。”

且不说经济型车的分类标准,随着厂商的不断介入,产品的日益丰富,以及售价的不断平民化,经济型车已经成为了普通家庭,特别是年轻人购车时的首选车型。

虽说战场有大有小,但总是异常激烈的。而作为各方关注的重点,经济型车市的争夺更是可以用惨烈加以形容。当初一部POLO横扫天下的情况早已一去不复返了。如今的经济型车市中,不仅同级车辆争得是你死我活,就连A00级和B级车也会不请自来地参赛。这个战场也逐渐地成为主导整个车市的关键点。

今后车市发展,消费者的要求会越来越高,越来越苛刻。国家政策法规会越来越倾向消费者。经济型车的竞争焦点不在价格,而是转向安全、性价比、环保等方面。经济型车依然是广大消费者最集中的焦点所在,经济型车还将不断地竞争、竞争,再发展。