

2012车市下半年



之豪华车

在上半年全国整体车市不是很景气的背景下,国内豪华车阵营的销量却依然是高歌猛进,丝毫未受整体车市低迷的影响。以奔驰、宝马、奥迪为代表的德系豪华车品牌和以凯迪拉克为代表的美系豪华车品牌在上半年的增长更为显著,其增速超出行业平均水平。另外,受广州限购影响,下半年豪华车或被更多消费者相中。

记者 白贺

# 豪车“梦”并不遥远

## 广州限购或产生刺激 以奥迪A6L、BMW 5系为代表的德系豪华车下半年继续受青睐



### 心声 干脆选个满意的不用折腾了

据中汽协统计数据,凯迪拉克品牌一季度总销量达到7856辆,同比增长19.9%。同期,一汽-大众奥迪累计销售汽车89475辆,同比增长41%。其中,3月份单月销量达到创纪录的31245辆,同比增长37.8%。

国产车方面,奥迪A6L、A4L和Q5三大国产车型3月份共销售25237辆,与去年同期相比增长近50%。今年前3个月,宝马集团在中国大陆保持强势增长并创造了单季度销量纪录,旗下各主要车型均获显著增长:旗舰车型BMW7系同比增长近40%,BMW 5系继续保持旺销,尤其值得一提的是,BMW X系的总销量超过20000辆,同比增长高达92%。此

外,奔驰一季度在中国内地共交付奔驰、smart、AMG及迈巴赫汽车19080辆,累计销量达54720辆,同比劲增24%。

有预测显示,作为超豪华车,到2015年,宾利、兰博基尼、玛莎拉蒂和法拉利等超豪华车在华销量将接近翻倍,约为每年8100辆。

王女士明确表示:“下半年将出手奥迪A6L,不仅是因为A6L绝对够档次,更是因为今年A6L车价是这几年最低的,现在出手是个好时机,另外如今限购、摇号、拍卖名堂多,干脆选个满意的不用今后折腾了。”王女士的想法代表了很大一部分经济宽裕消费者的心声。

### 首选

### 下半年购买预期无限提升

随着物质生活水平的提高,从消费者角度考虑,不管是首次购车,还是二次换购,豪车正在被不少消费者列为首选。

一项调查数据显示,消费者换车人群比例逐年提升,特别是一二线城市,近两年二次购车的比例在30%~40%。

从消费心理分析,大多数换车的消费者肯定会将二次购车的档次有所提升,而在耳濡目染一二线城市限购的影响后,豪车毫无疑问会被他们定位“首选目标”。

准备购买第二辆车的市民侯女士表示:“城市日益拥堵的交通会逼迫国内大中城市相继推出有针对性的限购、限牌政策。虽然目前郑州还没有出台相关政策,但从长远角度考虑,我还是打算一步到位,换辆豪华车。”

据了解,自2012年1月份开始,中国汽车市场大面积的价格战首先在豪华车领域爆发,并且这种情况持续至今。在豪华车市场变化的过程中,中高级车市场(B级车)的价格战持续白热化。

与此同时,不少豪车品牌还将入门级车型的价格直接降至高配中高级车价格区间,这也为其扩大目标消费群体、销量持续增长起到决定性作用。

据此,业内人士也表示,自有史以来“国字号”最给力刺激政策退市至今,国内车市虽一直萎靡不振,但豪华车市场仍然“一路高歌”,逆势增长,再加上不少豪车品牌主动放下身段,将自己入门级车型通过降价或者推出有针对性金融助购等策略以促进销量,下半年,豪车市场没有理由不被看好。

# CR-V即将达成70万辆 王者征程再添丰碑



### 遥领巅峰 CR-V即将达成70万辆

作为SUV市场最具品牌知名度的车型,CR-V之所以能在日新月异变化的车市中屡创销售奇迹,与其精准的市场定位和过硬的产品品质密不可分。虽然目前市场上与CR-V定位相似的SUV车型不在少数,但CR-V却凭借着“销量第一、节油第一、安全第一、质量第一、产品魅力第一、环保第一、保值率第一”的综合优势,在大浪淘沙的车市中异军突起,不断刷新着SUV的销量神话,稳坐国内SUV车市的龙头宝座。

不仅市场表现出色,CR-V还凭借其优秀的品质赢得了无数赞誉。2004年12月,CR-V荣膺权威杂志《汽车族》组织举办的,由全国权威专家严格评审的年度车型SUV类唯一大奖;2006年,CR-V荣获中国汽车风云榜“最受消费者喜爱的SUV”称号;2008年,CR-V以50.6分荣获C-NCAP“五星+”等级评定;2008、2009连续两年荣获中国环境协会“绿色之星”认证;在中国汽车流通协会2011年中国乘用车保值率研究报告中,CR-V连续三年以绝对优势高居SUV保值率榜首;在J.D. Power亚太公司发布的2011年中国新车质量研究(IQS)报告中,CR-V继2008、2009年后,第三次荣获SUV品类第一名。

在同级别市场范围内,CR-V将是首个夺得70万销量的SUV车型,同时又是自上市以来始终保持销量冠军的车型,这在中国风云变幻的中国汽车市场十分罕见。而作为一度被视为“小众市场”的SUV市场取得如此成绩,更展现出东风Honda“小市场,大份额”战略的前瞻性,如今SUV市场已经成为年销量超过百万辆的大市场,而CR-V依旧保持着10%左右的市场占有率,从而成功占据“大市场,大份额”。

统计数据显示,CR-V累计销量即将达成70万辆,而全新CR-V上市不到半年也即将达成10万辆。据了解,作为城市SUV王者的CR-V,在2月下旬重磅发布全新CR-V之后,3~6月月销量均在1.6万辆以上,继续扮演SUV市场领头雁角色,引领SUV市场在大市场微增长时代保持高速增长。

据中汽协最新发布的统计数据显示,在车市整体销量增长仅为2.9%的情况下,SUV市场上半年同比增长为32%,是整个汽车市场的唯一亮点,成为车市增长主力。

### 车市结构性调整 SUV、MPV市场大有可为

业内专家分析,SUV、MPV市场之所以能在近几年一直保持高速增长态势,是因为SUV/MPV车型的“多功能性”。“80后”生育高峰的来临促使“4+2+1”的家庭结构成为主流的社会形态,与之相应的,具备多功能、能满足工作、休闲、娱乐多重需求的SUV、MPV车型也成为众多消费者的首选。

家庭结构的调整,同样带动了市场消费结构的调整,部分分析人士指出虽然车市低迷,但是SUV、MPV等多功能车依旧迅速增长,展示出车市低迷仅仅是结构性低迷,而多功能用途的车型仍将有很大的发展空间。MPV市场被视为是下一个可以做大的蛋糕,而东风Honda新近上市的ELYSION艾力绅无疑已经开始占据先机。

回顾城市SUV市场的发展,CR-V是公认的开创之作。在轿车“三厢为王”

的时代,SUV只是越热爱好者的玩具,而CR-V首创“城市SUV”概念,将SUV的特点与轿车的舒适性合二为一,前瞻性地满足了消费者的需求。而如今,市场对于MPV的认知局限于非商用即家用,ELYSION艾力绅回归MPV价值原点,主张多功能性,完全可以从CR-V的成功经验中汲取营养,从而成为“MPV市场中的CR-V”。

从2011年数据来看,中国SUV市场占车市总量不到10%,MPV市场份额更是低至3%,而在汽车市场相对成熟的国外市场,SUV、MPV均占据20%左右的市场份额。可以说,由CR-V开启和引领的SUV市场还有很大的发展空间,CR-V顺应自己所开启的时代,继续自己的巅峰之路;ELYSION艾力绅很可能会将延续CR-V发展路径,在助推MPV发展的同时成就自己的辉煌。

白贺