

豪车拼抢品牌提升年 争食公务车采购蛋糕

□ 高薇

去年中国豪华车市场的一枝独秀让不少豪华车品牌将中国视为“第二故乡”。而随着各大豪华车品牌在中国市场攻势的加剧,豪华车之间的竞争已成为车市最大的“看点”。

值得关注的是,在这场商业竞争中,高档公务车采购正成为几大豪华车厂商的“必争之地”。究其原因,不仅是因为公务车采购市场能为车企提供巨大的商机,更重要的是,其带来的巨大品牌提升效应可以极大地带动普通客户的购买热情。

豪华车拼抢公务车市场

2009年年中,“2009年-2010年中央国家机关汽车协议供货”名单

公布,宝马、奔驰等品牌纷纷入围,引来热议无数。虽然中央国家机关政府采购中心事后通过《人民日报》澄清了“中央国家机关目前没有采购华晨宝马和北京奔驰车的计划”,但奥迪在高档公务车政府采购方面“一家独大”的局面已被动摇。

而奥迪在公务车市场的头号劲敌一汽丰田皇冠,在去年也推出了战略车型新皇冠。一汽丰田常务副总经理田聪明强调了新皇冠在满足中国高消费人群需求方面的优越性,其市场策略非常明确。“新皇冠的主要竞争对手就是奥迪A6。”为此,新皇冠推出了2.5L、3.0L和4.3L三个排量9款车型,售价为32.68万-89.95万元。在自抬身价的同时,新皇冠还结合中国消费者的使用习惯,做了许多方面的改进,加大车身尺寸,增加豪华配

置。

与奥迪类似,皇冠在定位、档次、品牌和外形等各方面更能够适应广泛的消费群体,并没有特定群体的局限。自2005年上市以来,皇冠一直是国内豪华车市场的主力车型,其销量仅次于奥迪A6。

公务车拉动私家车市场

据统计,国内车市8%的市场份额由公务车采购所占据,2008年国家公务车采购的金额达到800亿元,估计今年公务车市场可达千亿元,这一巨大的市场足以令所有的汽车制造商垂涎。并且赢得公务车市场,扩大的不仅仅是市场份额,还有力带动商务用户和私人用户的汽车消费。

在中国市场上,奥迪就是这种“自上而下”营销策略的成功范本。虽然目前奥迪在公务车市场的销量不足总销量的20%,但“官车”形象的示范作用,直接刺激了其在私人商务市场80%的销量。

奥迪A6“官车”的形象,不用花一分钱的广告费却牢牢印在中国消费者的心里,这种品牌形象的树立赋予了奥迪一种独特“仰视优势”。这个形象,显然比重金砸下去的广告有效得多。因此对于众多国产高档车生产企业来说,他们要想挑战奥迪,就要以进军公务车市场为突破点。

不过,该业内人士同时指出,高档车真正的决定性竞争力不应当局限在高档公务车市场这一小块蛋糕上,要想最终打赢市场,终归要靠市场手段而绝非行政手段。

悍马决定复产 H3 和 H3T 数量仅有 700 台



□ 赵婕

在腾中收购悍马失败后,通用宣布将逐步关闭悍马品牌,而近日,从悍马中国总经销商处得到的消息称,通

示,此项收购交易失败后,通用汽车将逐步关闭对悍马的运营。但将继续履行对现有悍马的保证,将为全球的悍马车主提供原有的售后服务。

悍马H3于2005年开始上市销售,由通用负责生产,悍马H3的定位在H2之下,比H2也更小,售价更便宜。悍马H3基于通用Canyon/Colorado皮卡平台开发,它保留了原悍马的韵味以及出色的越野能力,更小的尺寸以及更加出色的燃油经济性使其更适应市场的需求。

悍马H3外观上与H2几乎相同,但尺寸要小了一圈,轴距由H1和H2的三米以上减小到2842mm,发动机排量也减小为3.5L,最大功率220kw,匹配4速自动变速箱,同样采用四驱系统,与悍马H2相同的悬挂保证了其越野能力。H3的配置更加丰富,侧安全气囊,触摸屏式GPS导航、牵引力控制系统、轮胎气压监测系统、驾驶员信息中心等配置被大量使用。

此前通用汽车在底特律总部宣布停止推进出售悍马的相关行动,这也意味着四川腾中重工收购悍马的计划失败,此项交易失败的原因是未能获得中国相关监管机构的批准。通用表

华泰轿车搭载高清柴油发动机 引领“低碳汽车生活”

被喻为“拯救人类最后一次机会”的哥本哈根世界气候大会闭幕后,减排节能成为时代强音。对每个热爱环保、极具社会责任感的汽车企业和消费者而言,打造“低碳汽车生活”将成为2010年乃至未来中国车市的主流。

据中央电视台《新闻联播》报道,华泰汽车与意大利VM发动机公司展开深度合作,通过技术引进与创新,研发了当今国内最高效、技术最先进的清洁环保“低碳”柴油发动机,并拥有完全知识产权与自主生产能力。据悉,这款轿车柴油发动机已在华泰位于鄂尔多斯欧意德汽车工业园正式下线,标志着国内最大的清洁柴油发动机基地正式投产。

今年上市的华泰首款战略轿车除将搭载卡瓦奇1.8T汽油发动机外,还将搭载这款2.0L高清柴油发动机。届时,华泰轿车产品将成为国内第一款自主品牌B级柴油动力轿车。

这款柴油发动机采用了先进的高压共轨电控直喷技术,将喷油时间控制在1-2/1000秒,并可实现一个循环多次喷射。新一代高压共轨电控直喷

技术控制更加精准,达到燃油的充分雾化和供油量的有效控制,能提供更充沛的动力和更高效的燃油经济性。同时,通过多项技术革新使这款柴油发动机在降低噪音、增强缸体刚度、提高燃烧比率、提高活塞封闭性和使用寿命等方面得到了突破性提升。华泰汽车集团是国际上少数几个掌握该项技术的汽车制造企业之一。

与汽油发动机相比,除了众所周知的环保优势——大幅降低碳排放且达到欧V排放标准外,这款搭载于华泰新品轿车的柴油发动机还将为消费者带来四大价值优势:更高的动力性、经济性、安全性与可靠性。

动力性更高:柴油发动机在部分负荷运转时的燃烧比全负荷时更好且无进气节流损失,在城市工况下的动力性能优于汽油发动机。而其拥有的高扭矩输出使车辆具有了更好的通过性。

经济性更高:与同等排量的汽油发动机相比,节油超过30%。在国内成品油价不断上调的情况下,行驶成



本大大降低。

安全性更高:与汽油相比,柴油不易挥发、着火点较高、更为稳定。不易因偶然情况被点燃或发生爆炸,在使用与维修过程中更安全。

可靠性更高:比汽油发动机转速和气缸燃烧温度低,相关零部件磨损小、不易老化。故障率远远低于汽油发动机,更加耐用。

作为自主品牌厂商中的技术派和

实力派,华泰汽车历时10年的积累和沉淀,通过对轿车核心技术——发动机的引进、吸收、研发和创新,树立了自主品牌B级车中前所未有的高效动力、节能环保、低碳排放新标准。在为中国消费者提供了“低碳”出行新选择、体现企业技术实力的同时,更彰显了华泰汽车致力环保、关注未来的企业社会责任感。

(张博)

马自达设计师回归 RX-7 风格 新款更显肌肉感

Ikuro Maeda,马自达的设计领袖,主管过马自达2(Mazda2)的设计,也曾参与过Mazda RX-8的设计,现在Ikuro Maeda想回归他父亲的设计,重新将RX-7带回大家的视野,他亲口说道:“在我在职期间,我一定尽全力尽快将Mazda RX-7带给大家。”

虽然我们知道很多马自达的车迷们都希望看到这一幕,但是同样能够听到一些声音在询问:为什么好吃回头草?如果要回答的话我们一定会说:因为过去确实经典,RX-7是多么经典的一款车型。

(孙磊)

保时捷汽车 尝试“直销模式”

□ 赵奕

“今年8月,在浦东新区东方路,保时捷将开出第一家‘直销店’,这是国内保时捷第一家直销店,可能也是亚洲地区的第一家直销店。”日前,上海保时捷中心总经理赵淳对表示。

2009年保时捷在中国市场的销量上升了9%至9090辆,上海市场占其八分之一。而2010年保时捷在中国市场销量有望突破1万辆大关,面对高增长,保时捷需要采取不同的营销方式。直销模式首先落户上海。

此前,在顶级豪华品牌中,采取直销形式的仅有劳斯莱斯一家,其在国内拥有6家直营店,分布在北京、上海、广州、成都、杭州、香港等六地。保时捷成为采取这一销售形式的第二家厂商。

赵淳表示,“直销店”销售和服务模式与4S店基本上没有区别。直营店一般是厂家的全资子公司或者控股子公司。

直营模式将对市场带来不可忽视的影响:直营店执行厂家营销策略更为快速、彻底,厂家对于直营店所在市场的把握和应变更为迅速和得当。同时,厂家还将有效地控制直营店所在地市场的经营风险和市场竞争变化,在掌握销售利润的同时还能囊括售后利润。

不过,直销的负面影响也客观存在。直营店对于资源的协调能力和信息的掌控能力要比地方经销商强很多,导致其区域竞争优势会比当地其他经销商明显,这种不均将会导致其他经销商积极性下降。

如何协调经销商与直营店之间的关系,赵淳认为,首先从运营角度来看直销店与4S店采取的模式一样,仅仅是出资方不同;同时,从满足市场需求来看,直销和经销一样,都将为厂商带来利益最大化。

目前,中国已是保时捷在全球的第三大销售市场,并有望在2012年取代德国成为第二大销售市场。届时,保时捷在中国的年销量预计将达到16000辆。

2011 款 Corvette Z06 Carbon 限量版发布



雪佛兰于日前发布了其2011款Corvette Z06 Carbon限量版车型。“旨在更进一步融合通过赛车研发的技术,这款Corvette Z06 Carbon限量版车型是为了纪念Corvette首次参加24小时勒芒耐力赛50周年推出的。”该车采用了源于Corvette ZR1的Brembo碳陶刹车片、黑色的20辐轮毂(前轮19英寸,后轮20英寸)、电磁可调式悬挂控制装置、经过改进的冷却系统和一个人造的碳纤维发动机罩。

外观方面,这款Carbon版车型将采用Inferno Orange或Supersonic Blue的外观喷漆、黑色的前大灯与后视镜、ZR1式的扰流板和几个碳纤维车身零部件(引擎罩、侧挡板与前分裂机)。在内饰方面,雪佛兰为这款限量版车型采用了黑曜色的真

皮材料和小山羊皮的装饰(采用了蓝色或橙色的座椅缝线)、独特的方向盘标识、特殊的门槛板和刺绣的靠枕。

据Corvette首席工程师Tadge Juechter表示,这款Corvette Z06 Carbon限量版车型将轻量级、自然进气式的Z06发动机与ZR1的车辆行驶性能和刹车性能结合到了一起。对于像Laguna Seca这样的技术赛道,这款Z06 Carbon版车型的单圈耗时会比Z06减少3秒。

这款Corvette Z06 Carbon限量版车型将从今夏上市销售,将限量投产仅500辆。此外,新的Z07性能选装包与CFZ Z06碳纤维选装包也将同期上市。

(孙磊)

大众全天候运动跑车尚酷 2.0TSI 登入中国



日前,大众汽车全天候运动型跑车——Scirocco(尚酷)2.0TSI正式在中国上市销售,有“运动版”和“豪华版”两个车型供消费者选择,售价分别为:运动版33.37万元,豪华版36.02万元。

尚酷2.0TSI搭载了2.0TSI涡轮增压汽油直喷发动机,最大功率为155千瓦(210马力),最大扭矩为280牛·米,使尚酷2.0TSI的百公里加速

仅为6.9秒。6速DSG双离合自动变速器在保持动力输出连续、平顺的同时,实现车辆的快速换挡。2010年尚酷杯将于5月重燃战火,分别在珠海、马来西亚、成都、内蒙古、北京、上海、广州举办7场赛事,其中在马来西亚雪邦(Sepang)赛车场举办的比赛,将进一步加强尚酷杯在整个亚洲的认知度和影响力。

(乐国显)

