

消费者多样性选择

实习记者 王强 成都报道

购车因素

对有买车意向的消费者来讲,他们首要关注价格问题,6成消费者表示,“如果要买车,首要考虑价格因素”。消费者在购车过程中还比较关注的问题是售后服务情况和车辆保值率。

价格因素成为消费者购车主要考虑因素,那么自主品牌汽车是否吸引了消费者眼球呢?这几天一直在各4s店转悠的陈先生在接受本报记者采访时表示:“首部车还是会选择国产车,毕竟价格比较实惠”。虽国产车在价格竞争上优势较大,但仅仅也只有这个优势。

在消费者还比较关注的售后问题中,自主品牌的口碑不尽如人意。而日系汽车的售后情况在消费者口碑较好。李女士一直在国产车和日系品牌中徘徊,比较纠结,想买自主品牌的车,但一直担心售后问题,而买日系车的经济负担又加重了。记者向李女士提到国家将要出台汽车三包政策,李女士表示也有关注,如果真的落实了,那么他会选择国产车,此时她还持观望态度。

冯先生接受本报记者采访时说,“两年前我买了一部价值十万元的车,现在想把车卖了,而二手经销商的收购价格只有四万元。”冯先生的无奈在大多消费者中存在。车辆保值率在他们购车过车中成了主要考虑因素,在保值率方面,记者走访发现,日系车和德系车的认同较高。而SUV的流行,记者发现,在很多二手经销商店里的SUV价格较高。

“我准备买一辆价位在十几万元的车,在这个价位的前提下我只要看看哪款车的性价比比高一些就可以,毕竟车辆的质量最关键。”一位准备购车的王女士告诉记者。而像王女士这样比较理性的购车者还是不多,多数准备购车的消费者似乎更关注时尚和个性。记者就此问到各经销商负责人,他们表示“虽然关注时尚和个性的消费者仍然占得比例较大,但关注性价比的消费者在日益上升”。

高科技一直很博眼球,一旦世界上出现新的技术,便会马上应用到汽车上。汽车科技化已渐渐成为趋势,在绝大部分年轻的购车者中,他们更多关注车内是否拥有高科技。汽车高科技配置率,也成为时下年轻消费者购车依据之一。在高科技配置方面,认同感较强的是奥迪、宝马等豪华车。很多年轻消费者受访时表示,他们希望买一些改装车。如今很火的涡轮增压,成了他们关注的焦点。涡轮增压是通过增加进气量,让发动机燃烧更充分,增加动力,降低油耗。此外,汽车影像系统、弯道动力分配系统、自动启

停功能、制动能量回收技术,也成为他们口中询问最多的词。

消费者期待“汽车三包”政策

“真能有政策出台是好事情,只要权责明确了,我们可以按照具体的三包细则来解决问题。这样一来能减少很多与经销商和厂商的纠纷。在没有三包细则之前,消费者明显没有话语权,处在一个弱势,车子是经销商那儿买的,出了问题又由经销商或者厂家来鉴定。所以只能不了了之,或者得到了一点点的补偿。但是这些维权结果往往都不能让我们心服。在与经销商,与厂家博弈的过程中,我们需要有理有据地来说说法,而不是投诉无门最终只能看谁比较难缠。”拥有一辆国产车的周女士跟记者说到,因为周女士的汽车遇到很多问题,她只能通过与经销商争吵来解决问题,她很无奈。而周女士因售后问题,需要花费的成本很大。周女士表示她是比较有韧性的维权者,找过经销商,找过消协,但最终的结果还是不理想。因此,周女士对汽车三包政策非常期盼,表示此来将省掉很多气力,而且结果也将更好。

新能源汽车仍举步维艰

7月9日,国务院正式印发《节能与新能源汽车产业发展规划》(下简称《规划》)。《规划》称新能源汽车产业发展将以纯电驱动为新能源汽车发展和汽车工业转型的主要战略取向,当前重点推进纯电动汽车和插电式混合动力汽车产业化,到2020年,累计产销量超过500万辆。

对此,消费者表示纯电动汽车和插电式混合动力车型价格太高,基础设施太薄弱,售后服务一片空白,普遍持观望态度。

记者就相关问题,分别采访了混合动力车型的车主、常规汽油车型的车主,以及待购的准车主,他们一致表示,比较能接受的是油电混合车型,而纯电动车很难接受,他们担心纯电动车的基础设施,如果路上没了电怎么办?停车场的充电设施配备完善嘛?高速路上没电怎么办?这些都是车主所关心和担心的问题。

而插电式混合动力车型也遇到消费者普遍担心。虽然电池电量用完以后,发动机能充当发电机的作用为蓄电池充电,而小功率发动机在油耗不高,但充电站的问题同样也需要时间去建设和普及,整车价格普遍居高,保养维修和安全性等问题,同样是消费者所顾虑的。

所以相比之下,油电混合车型既能保证

日常的正常用车,也能得到低油耗的表现。因此,多种因素制约之下,就目前市场反应来看,油电混合车型更受到消费青睐,对于纯电动、插电式混合动力车型,消费者普遍持观望态度。

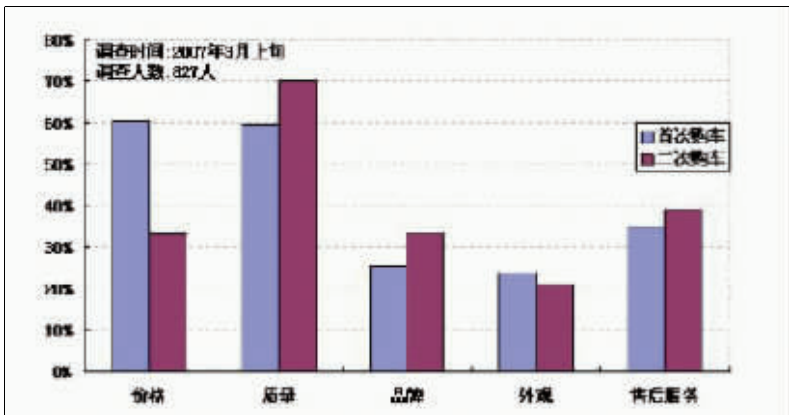
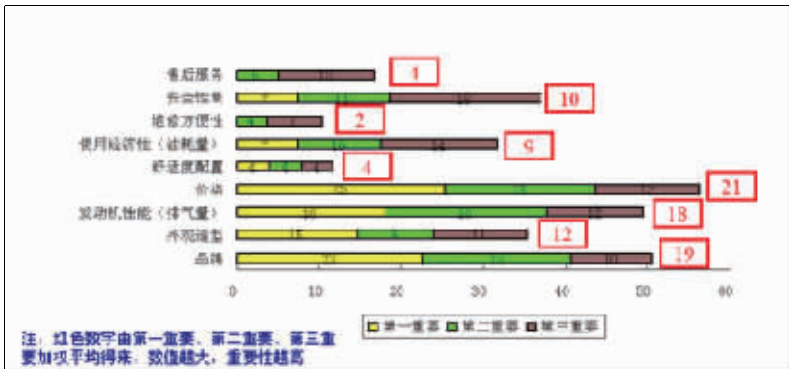
自主品牌:关注多,认同低

最近的成都车展中,一汽、上汽、东风、长安、吉利、奇瑞、比亚迪等自主品牌均以超高规模和力度参展,不仅参展面积纷纷突破1000平方米,其中,奇瑞CVT无级变速器正式亮相,实现了自主品牌对高端自动变速器技术的超越。北汽与四川本土企业野马虽然都是首次独立参展,但前者以全系阵容亮相,参展车型涵盖旗下三大车系,参展面积达1260平方米;后者参展面积虽然只有500多平方米,却展出了7款车型,包括两款在售车型和几款即将上市的车型。除了以大展位高调亮相外,各自主品牌在成都车展也取得了不错的销量。奇瑞延续了上届的火爆,截至9月7日共售出1200辆车,力帆、吉利等紧随其后。此前,有关媒体作出调查显示,约36%的消费者(比例最高)打算购买7万到10万元价格区间的车型,其次则是购买10万到15万元车型的消费者(占比约26%)。而自主品牌汽车的主要价格区间也在7万到15万元之间,自主品牌汽车在价格上竞争优势明显。

记者就相关问题采访多名消费者,他们大多数都表示考虑过自主品牌汽车,他们认为自主汽车性价比较高,配置比较丰富。在谈到自主品牌汽车与其他车系的竞争比较时,自主品牌汽车的性价比和丰富配置更得消费者的认可,而也有不少人认为自主品牌一无是处,毫无竞争力,没有任何优点。记者希望消费者给自主品牌汽车的建议时,他们大多希望自主品牌汽车能够提升品牌美誉度。

“我是去年买的车。之所以买自主品牌汽车,原因很简单,因为经济问题。也有人说合资品牌也有较便宜的车,但经过综合比较考虑,最终我选择自主品牌。但随之问题就来了,倒不是因为汽车本身的问题,而是一些朋友总会说怎么买自主品牌的汽车。”一位荣威车主向记者表示他的不解。

一位日系汽车的消费者向记者表示,自己平常也关注很多自主品牌汽车,但是问题是品牌有点太多了,而没有一个成为主流品牌,而且从产品线到销售网络仍然无法跟合资品牌竞争。他的意见是厂商的线路一般都受到汽车集团的制约,这是各自主品牌无法突围的原因。



能源汽车是方向

二三十年来,中国经济迅猛发展,

已经让中国步入汽车大国,同时也成了石油消费大国。据有关资料表明,每年我国汽油总产量的85%是被汽车消耗掉的,柴油总产量的20%被汽车消耗。预计到2020年,我国机动车的燃油需求将达到2.56亿吨,为当年全国石油总需求的57%。2020年,中国石油消费量预计要达到4.5亿吨左右,那时,石油对外依存度将达到60%。

长期来看,最终的解决之道不是限制汽车工业发展,而是寻找石油的替代品,开发新能源汽车。这样的现实迫使人们把注意力放到汽车能源多样化的开发上来。

除了使用汽油作燃料,柴油、电能、液化石油气、天然气、甲醇、乙醇、二甲醚、生物柴油等众多新型燃料粉墨登场。

与汽油发动机相比,柴油发动机具有高效率、低油耗、寿命长、使用可靠等特点,比汽油机的燃料消耗降低了45%至60%。与欧洲市场上现今接近50%比例的柴油轿车数量相比,中国的柴油轿车数量相当少,制约柴油轿车发展最重要的因素是中国柴油的品质。目前国内大部分地区的柴油品质根本无法满足最新的欧洲三号、四号排放标准的柴油机技术的使用要求。

早从2002年起,国家就开始在南阳、郑州、洛阳和哈尔滨、肇东五个城市进行乙醇汽油推广使用工作,代替90号和93号普通汽油。但成本比较高,每吨乙醇汽油的价格在4000元左右,价格偏高限制了乙醇汽油的推广使用。

利用天然气作为汽车燃料在国外和国内早有先例,主要是使用在公交车和出租车上。燃气汽车与燃油汽车相比,具有环保、安全、节能三大优势。

电动汽车是以电能为动力,电能的来源多种多样,如可以利用煤炭、石油、天然气等矿物资源。但就目前的发展状况来讲,由于技术尚不够成熟,它们还没有完全进入市场,产业

化、商业化程度很低。

虽然汽车能源多样化不能一蹴而就,但随着不可再生能源的减少,环境污染的加剧,自身技术的成熟,新能源汽车终将成为人们的不二选择,在理论上具有广阔的市场前景。

在广阔的市场前景下,各国纷纷提出新能源汽车产销目标。其中美国的决心很大,到2015年,美国计划在电动车保有量达到100万辆,中国计划在新能源汽车的销量达到50万辆,而英国较为保守,仅为24万辆。在2020年,中国对新能源汽车提出了更高的要求,达到500万辆,一举超越欧美国家。

在目前来看,众多新能源燃料中,各国纷纷把目标放在了电动车上,把油电混合动力作为过渡产品。在国内,奇瑞、比亚迪、东风、长安等国内车企纷纷推出电动型汽车,在政府政策下,电动型汽车看起来很热,各车企也是加足马力生产,但是理论上的市场前景并没有实现,在2010年,新能源汽车的主力军——电动车,在国内的销售量仅有百余辆。

相比起电动车,油电混合动力汽车似乎更受消费者青睐。仅丰田混合动力汽车普锐斯在全球的保有量已经超过300万辆,在国外油电混合动力汽车已经有了相当大规模。而中国似乎走偏了,油电混合动力是绕不过的,现在需在油电混合动力上下功夫。



中国式改装

中国汽车产业蓬勃发展,激励着中国汽车改装市场。2007年汽车改装市场产值为14亿元,仅过一年,产值就达到25亿元,据分析称,十二五期间,中国汽车改装市场规模将打1500亿元。

虽然中国改装市场前景很乐观,但现状却存在差异,存在着两个问题:一是改装服务水平高低,二是车友们对改装在理解上有误差。

服务方面呈现三方面的不足:汽车改装厂或改装店规模小、专业程度不够、品牌

化不够;改装技术人员素质较低;改装技术不成熟。在中国,车主一般通过三种地方进行改装,一是汽车4s店,二是汽车快修连锁店,三是路边改装店。4s店能提供品牌化服务,但技术不够成熟,专业的改装技术人员配置也不齐全;汽车快修连锁店,比4s店人员专业,配件也齐,但规模都不大,只能对个别和某类别车辆进行改装;路边店和上述两个比起来,其实毫无优势可言,诚信不足,但凭它的亲切感和低廉价格得到了生存空间。

相比起国外成熟的汽车文化,中国欠缺的汽车文化容易让车主们改装时走入误区。汽车改装一般涉及到外观、内饰、动力、操控、影音等方面,国内一些车主,容易强调某一方面,深陷其中。国内车主们一般在改装时追求强烈的感官享受,比如增加大口径排气管、虎翼、加大轮毂、五光十色的LED灯、极致的隔音效果,这些改装亦容易影响汽车性能,LED灯容易影响刹车,隔音导致了解到不及时的路况,都可能引发安全事故。

出现上述现状的主要原因是国内汽车改装尚处发展期,中国还没有形成汽车文化。汽车改装不仅是个人爱好,也体现出一个国家、一个地区的汽车文化精髓。比如在美国,汽车改装的盛行主要是受“西部牛仔”等特有的汽车文化影响。

国内缺乏主流汽车文化影响,改装尚处在跟风和随意阶段,大多数发烧友的车辆都进行过不同程度的改装,如外观、内饰、影音、动力等等。有的车友为了炫酷,还给车加装了大包围、尾翼、排气管和轮毂钢

圈。这些改装少则花上万元,多则几十万,如果动力改装超过百万也不为过。就专业人士看来,有些改装很不明智,花了冤枉钱不说,还增加了油耗,降低了汽车的安全性能。

“车友在改装前,一定要明确自己想要什么,是时尚的外观还是舒适的乘坐,是丰富的娱乐还是澎湃的动力,根据自己的需求再结合车辆特点,针对性的改装才是理性的改装行为。”有着八年汽车改装经验的职业改装技师阿龙说。

