

# 合资车企看淡今年车市 后续影响四大看点



## 上汽依维柯红岩 IVECO 682 进入马来西亚市场

在马来西亚,市民对依维柯并不陌生,因为在各个城市都能看到它们。马来西亚卫生部至今仍还有 400 辆依维柯救护车仍在道路上奔跑。如今,依维柯在马来西亚的经销商——联邦汽车控股有限公司正式开业,这也意味着依维柯的亚洲战略更进一步了!

在马来西亚,依维柯将引进 5 款车型:依维柯 New Daily, Stralis Hi-Way, New Trakker 越野车型、Eurocargo 卡车以及上汽依维柯红岩生产的 IVECO 682!

New Daily 搭载 3.0 升 F1C 涡轮增压柴油发动机,最高可达 146 马力,采用六速手动变速器。

这款 Stralis Hi-Way 采用的是 Cursor 10 发动机,最大马力为 430 马,最大扭矩为 1900 牛米,而且配备的是 12 速自动变速器。

New Trakker 搭载的是 Cursor 13 发动机,最高可达 420 马力,扭矩可达 1900 牛米。它采用的是 16 速 ZF Ecosplit 手动变速箱,也可选用 Eurotronic 自动变速器。

前几款车型想必大伙都已经很熟悉了,但是依维柯 682 是什么车呢?

Daung——就是上面这款车啦!它就是依维柯在华合资企业上汽依维柯红岩生产的授权使用 IVECO 商标,同步依维柯全球销售的出口车型!这款依维柯 682 采用全英文操作平台,车辆下线后均接受 IVECO 专家现场逐一检测、验收,反复调试,确保车辆符合依维柯全球统一的质量标准。

众所周知,依维柯中国成立后,除了将欧洲生产的高端商用车进口到中国,还负责将依维柯在华合资企业的产品通过依维柯全球销售网络出口到国外市场。借鉴依维柯先进的生产技术,中国制造也能够成为高品质的象征! (钟亚琪)



## C4L 与新速腾 动力硬碰硬

2015 款新速腾以后悬架用多连杆替换老款的扭力梁,广告语里那句“动力强劲,无需炫耀”配上新速腾酷感十足的背影也着实让人心动。

不过,新速腾的动力是否真的同级无敌了呢?东风雪铁龙 C4L 恐怕就按捺不住心中的不服了,自从 2012 这款黑面世,“百米加速王”谁人不知?

短兵相接,一决胜负。说起购车,动力总是人们的首要考虑因素,发动机是汽车的心脏,一款动力充沛的车型能够赋予驾乘者更多乐趣,让激情更得释放。那么,这两款动力突出的车型 PK,谁会更强呢?

### 动力数据 PK:C4L 更胜一筹

新速腾 230TSI 即为原先的 1.4TSI,为了突出新款的突出动力,采用了全新的发动机标示标准。C4L 1.6THP 最大功率 120kw,最大扭矩 240Nm;新速腾 230TSI 最大功率 96kw,最大扭矩 225Nm。通过两款发动机的数据对比可以看出,无论在最大功率或最大扭矩方面,C4L 1.6THP 均优于新速腾 230TSI。有经验的车主们都知道,最大功率决定了最高车速,最大扭矩决定了车辆的加速性能,C4L 无疑是更胜一筹。

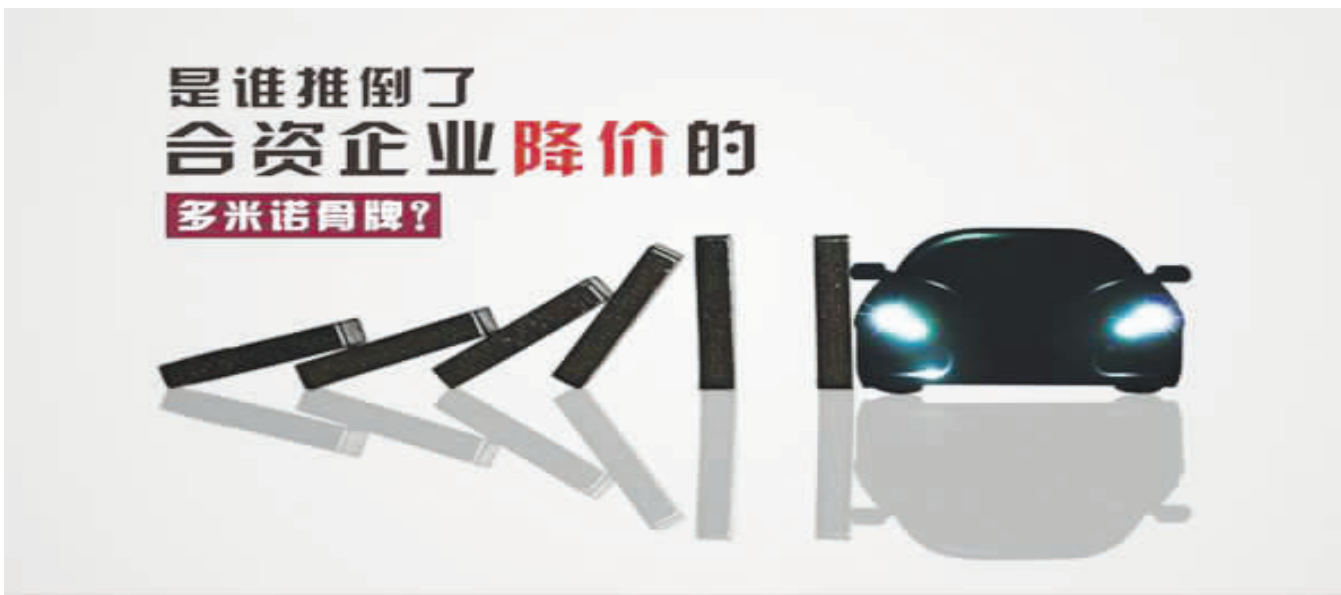
### 独特涡轮设计:细节决定成败

随着国家对节能减排的扶持,小排量发动机逐渐成为市场主流,涡轮增压技术也随之而起。C4L 的发动机在转速仅为 1000 转时,涡轮就介入工作,这意味着起步将完全不会出现动力迟滞的现象。而相比之下,速腾 1500 的涡轮介入算是比上不足比下有余,和 C4L 相比,在操控完美性方面还是稍微欠缺了点火候。

### 独有动力组合:长江后浪推前浪

速腾的 TSI+DSG 历来在车市叱咤风云,但随着 DSG 技术不成熟所带来的弊端逐渐呈现,与此同时,国内更多车企的动力组合相继面世,长江后浪推前浪,东风雪铁龙的 T+STT 也就是应时而生了。据了解,搭载于 C4L 上的 STT 技术(发动机智能启停系统)可以在停车等待时快速熄火进入休眠状态,有效节省燃油消耗,同时又能起步时瞬间启动,完全不改变消费者的正常驾驶习惯。在消费者毫无察觉的情况下,默默地减少油耗和排放,最多可以节省 15% 的燃油。

几回合的对战,相信结果一目了然,新速腾对动力及配置进行升级后,具有相当强的市场竞争力,而 C4L 却在多方面略胜一筹,从而在整体上形成了强大优势。高手过招,往往细节决定成败,C4L 正是在点滴之间确立了自己同级动力称王的地位。据悉,C4L 即将新增 1.2THP 发动机,最大功率达 100kw,最大扭矩 230Nm,比肩 2.0L 的动力,届时速腾能否还能继续接招呢?(范明)



现在来看上海大众率先下调两款非主销车型的厂商指导价,无疑是试探性的。上海通用确实够狠,一次性全面下调旗下产品的厂商指导价,不啻在当前低迷的车市投下了一颗重磅炸弹,更让之前竞争对手的降价和促销成了陪衬。

当然,仔细分析这张降价表,上海通用也是费了心机。凯迪拉克 4 款车型不包括价格更低的 ATS-L 长轴版,B 级车君威、君越不包括主销车型 1.6L 和 1.6T,英朗和迈锐宝也不在降价之列;A 级车科鲁兹仅限于 1.5L 车型,凯越销量低迷,4 月份仅千余辆(选车网)。比较而言,此次上海通用“真金白银”的降价应该是昂科拉、科帕奇、创酷这三款销量都不错的 SUV,其意图也就不难揣测:今年 1-4 月,国内 SUV 市场超高速增长,自主 SUV 销量压过了合资竞品,上海通用未尝不想借势扩张。

那么这是否意味着上海通用此次全面下调厂家指导价的诚意不够?或是另有玄机?这是一个很复杂的问题,不能脱离当前车市的大背景轻易下结论。而最重要的是,上海通用的降价车型和降价幅度也许不能满足所有消费者的期待,但它能率先迈出这一步,就足以传递出这样几个行业正能量信息:其一,厂商指导价应该更真实的反映市场价格;其二,对于消费者来说,汽车价格应该透明,下调厂商指导价比名目繁多的经销商优惠更一目了然,更具确定性和稳定性,消费者不必为了寻求更低的价格四处搜集、比较经销商信息;其三,对于经销商而言,下调厂商指导价等于降低了批发价格,有助于解决汽车销售长期存在的批零倒挂、经销商亏损、被动要求厂家补贴等长期存在的棘手问题。其四,厂家降低了批发价,经销商随行就市的余地就更大,这对双方关系及销量提升、对消费者都是好事情。

更为重要的是,在整体市场下行的大趋

势下,汽车厂家下调厂商指导价并不损及品牌,反而能通过拉升销量提升品牌的影响力和增加品牌的亲和性。

那么,我们又该怎样看待上海大众和上海通用在下调厂商指导价时的车型取舍?资深汽车人士贾新光认为,其实这并不难理解,轿车是合资品牌的命根子,上海大众和上海通用的 A 级车和 B 级车几乎都是所在细分市场的佼佼者,断然没有下调厂商指导价的可能。在车市疲软的大环境下,合资车企的利润肯定会受到影响,这也是它们在确定降价车型时要考虑的因素。

此次由上海大众试探性挑头,上海通用全面下调厂商指导价,一个重要背景是国内车市突然遭遇寒流。据中汽协数据,今年一季度,国内乘用车销量与去年同期基本保持一致,但转入 4 月份,突然出现了主流合资品牌领跌的罕见情况:上海大众、一汽大众、上海通用、东风日产、北京现代的销量分别同比下降 5.6%、16.9%、16.7%、14.3%、0.8%。

另据汽车流通协会数据,4 月份库存水

平达到新高,预警指数为 60.5%,同比上升 14.2%。与此同时,今年一季度进口汽车 25.8 万辆,同比下滑 17.1%。4 月份跌幅更大,进口汽车 9.09 万辆,同比下滑 27%,进口车库存攀升到 5.1 个月。

多家合资车企对此困惑不解,他们宁肯相信是年初以来的股市高涨抑制或推迟了汽车消费。全国乘用车秘书长崔东树认为,一季度数据只是表明还行,实际上 3 月份销量就开始下滑了,主要是春节的“长尾效应”结束,加上去年 12 月厂家年底压库,往年经销商消耗库存至少需要 3 个月,今年受股市“吸金”的间接影响,可能需要更长时间,车市疲软估计在金九银十之前不会好转。

怎么看待上海通用下调厂商指导价?崔东树认为,4 月份上海大众打响降价第一枪,其他合资品牌快速跟进,直到近日上海通用的大动作,表明合资车企集体确认了今年的车市疲软。上海通用的意图非常明显,就是要在竞争对手的降价和优惠让利都未

达消费者预期的情况下后发制人,再探市场底部,并借机确立新的竞争优势。

综合各种因素,此次上海通用摊牌,近期看点应该有这几个方面:第一,上海大众下调厂商指导价,长安福特跟进最快,主动充当“假想敌”,这次它是否也会跟进?4 月份,长安福特一枝独秀,销量增幅 6%,而其今年的销量目标是 100 万辆,现在上海通用摊牌,这两大美系合资品牌或有一场激烈拼杀。第二,上海通用下调紧凑型级和小型 SUV 官价或引发竞品跟进,或将间接对自主品牌形成压力。第三,如果其他合资品牌效仿上海通用下调其高端轿车的官价,豪华车阵营的入门级车型的价格恐怕很难 Hold 的住。第四,凯迪拉克实力不可小觑。今年一季度凯迪拉克销量 2 万辆,超过沃尔沃和雷克萨斯位居豪华车销量第五。凯迪拉克与德系三强虽不是一个重量级,但它此次下调 4 款主销车型价格,无疑将增强其在豪华车第二阵营中的地位。

(新华社特约评论员 武跃)

# “东风天龙启航版”亮相古城襄阳

5 月 16 日,东风商用车公司新一代长途高效物流专用车“东风天龙启航版”牵引车华中地区上市发布会在古城湖北襄阳圆满举行。这是继 5 月 7 日在广州开展的华南区域上市鸣锣之后的再次响起,全新的产品亮相、详细的特性讲解、丰富的驾乘体验、现代化工厂参观及比赛互动环节都给大家完美的新品阐释,现场的每一位嘉宾一起见证了这激动人心的时刻。

作为华中地区牵引车的重要市场,襄阳是全国牵引车市场的十强之一,也是东风商用车立足湖北、辐射全国、面向世界之事业布局的战略属地。2014 年的鄂、湘、贵三省牵引车年销量达 7500 台,东风市场份额高达 60%,用户对天龙牵引车高收益、高安全、高效率、高舒适特性有口皆碑。目前东风在该三省拥有 103 家授权服务站,4 家核心备件平台,为用户提供全天候阳光服务。

东风天龙“启航”版牵引车秉承并发扬了东风商用车“信赖、专业、科技”的企业理念,突出四大核心特性:经济、高效、安全、舒适。整车一体化设计,搭载的发动机、变速箱、后桥均为东风自主研发,匹配性能优异,保障高的传动效率。尤其适合鄂、湘、贵标载高速行业诉求,启航版节油优势将更加凸

显,主要得益于“启航”版是在东风天龙基础上进行了 68 个项目的改进和完善,特别是全新传动系统匹配及技术升级,相当给力!

一是东风不断优化升级的 dCi 发动机,11L 黄金排量,动力澎湃,是多届节油冠军发动机,优化经济转速区间,标记适应平原驾驶的 1100-1600rpm(仪表蓝色区域)和更加适合山区坡道驾驶的 1200-1700rpm(仪表黄色区域),为用户提供更精确、更宽广的经济转速范围;比功率油耗达到行业最低的 187g/kw.h。

二是搭载全新流线型驾驶室,匹配高度可调的顶扰流板,实践证明,挂车高于导流罩的高度每增高 250px,油耗将增高 1%,顶扰流板高度可调,有效降低风阻,风阻系数达到 0.535,行业最低。

三是全车轻量化设计,采用 volvo 技术,在保证车辆驾驶安全可靠的前提下,对车型自重系统优化,能够提升载货质量,明显提升客户收益。

同时,传动系统全新优化,通过多路况、全天候的试验,适应多种道路条件,速度、节油更加均衡,保证运输高效;优化电控特性,使车辆加速能力,保持能力更强。复杂路况



●东风商用车公司市场销售总部销售部部长高超(右)为襄阳首位启航版用户交送金钥匙

下动力性、经济性均得到提升。

东风天龙节油技术历经 10 年的市场考验,口碑良好,始终保持行业领先,在用户眼中就是节油标杆车型,根据一系列用户跟车数据显示,东风天龙比同平台竞品车型百公里油耗低 6%,启航版秉承天龙优良节油技术,经济性全面升级,在竞争日益激烈的物流运输中,必定成为您的制胜法宝。

发布会现场嘉宾反响热烈,承办此次上

市活动的湖北兴荣亚汽车销售服务有限公司张总介绍,发布会当天共收集意向订单 15 台,现场定购 21 台。据悉,距广州开展的华南区域首次上市短短一周之内,共实现定购 96 台,其中广州志博物流公司一次性购买 20 台。敢于开拓,创新不断,“东风天龙启航版”以其独立的态度和个性,通过更加安全、高效、经济、舒适的整体呈现,重新定义中国商用车新一轮的“潮态度”! (据《东风卡车之友》)

# 4 月汽车销售 199 万辆 只有中日品牌在涨

知道冷,不知道会这么冷。5 月 10 日,中国汽车工业协会公布 4 月份产销数据,4 月份,中国汽车完成生产 207.97 万辆,销售 199.45 万辆。与去年相比,生产同比增长 0.6%,销量下降 0.5%。没有看错,同比确实是在下滑,这是破天荒的事情,是 24 个月以来的产销双双下滑的月份。

## 只有中、日品牌是在涨

车市唯剩遮羞布是“累计产销”。前四个月,中国汽车产销分别完成 828.08 万辆和 814.48 万辆,比去年同期分别增长 4.1%和 2.8%。不过,月度累计增幅继续回落,比去年同期回落 4.9%和 6.3%。按照现有趋势发展,中国车市“熬”不到“金九银十”,累计产销在最近数月将出现负增长。

“商降乘涨”是车市永恒旋律。4 月乘用车产销分别完成 175.41 万辆和 166.88 万辆,与去年同期相比,产销分别增长 5.2%和 3.7%。同样在 4 月,商用车产销分别完成 32.56 万辆和 32.57 万辆,同比分别下降 18.6%和 17.6%。商用车诸多品类当中,货车产销下降是造成商用车下降的主要原因,客车略有增长。

中国品牌在走出低谷后,4 月迎来一个“小阳春”。4 月,中国品牌乘用车共销售 68.64 万辆,同比增长 14.3%,市场份额比去年同期提高 3.8 个百分点。其中,中国品牌

SUV 共销售 23.8 万辆,同比增长 91.2%,销量全面超越中国品牌轿车,成为中国品牌最重要的支柱。4 月,中国品牌轿车销量仅为 19.61 万辆,同比下降 14.8%。

德系、日系、美系、韩系和法系乘用车分别销售 31.09 万辆、27.48 万辆、18.09 万辆、14.62 万辆和 6.61 万辆,分别占乘用车销售总量的 18.63%、16.47%、10.84%、8.76%和 3.96%。与上月相比,除日系品牌之外,其他外国品牌份额有所下降。

## 城头变幻大王旗

分析人士认为,4 月还不会是中国车市最糟糕的时候,预计未来的三个月内,车市还会继续向深渊滑落。但分析人士同时认为,这并不意味着中国车市就此全面进入下行通道,更大可能,中国车市切换车道,从超车道换到普通车道,进入一段观望期,积蓄能量,为迎接下一轮增长做准备。

“城镇化”与“幸福”是现行五年计划的核心,房地产进入胶着期,国家不会针对另外两个市场——股市和车市——推出更加严厉的措施。在一线的北、上、广、深,尽管限牌,但购买力没有因此消失,消费欲望只是被压抑,压抑的结果只会爆发,在将来适当时候以大规模换购的形势体现出来。

接下来一段时间,竞争将进一步惨烈。5 月 12 日,上海通用宣布,旗下三个品牌四十

款车型全面调整价格,最低 10000 元,最高 53900 元。上海通用此举被视为应对此前竞争对手此起彼伏的“官降”,而做出的应对。今年 4 月,上海大众、长安福特、北京现代、东风标致等合资企业先后“官降”,以争取主动。不过,他们估计未曾想到,上海通用会如此的激进与决绝。

IT 市场的城头变幻会在汽车行业重演吗?答案是肯定的。2010 到 2013 年,大众在华是神一样的存在。那时候,丰田和本田还

在艰难寻找复兴之路,中国品牌则一退再退无可退。上海大众和一汽大众,一个专注本土研发,一个专注原汁原味导入,令人仰止。

仅仅两年,一切都在悄然发生变化。速腾断轴门让大众从神坛走下,途观高尔夫告别加价序列,福特神话一样崛起,通用在低调中完成产能扩充和新一轮的产品准备。至于中国品牌,则凭借 SUV 的抢眼表现,触底反弹。

(马海燕)

## ▼ 相关 链接

### 广汽本田 4 月销量同比增 84.7%

广汽本田 4 月创下 48352 台的销量成绩,同比增长 84.7%;今年前四个月,广汽本田累计销量已经达到 144879 台,同比增长 34.4%。第三代飞度 4 月份销量 9468 台,同

比增长 577%。2015 款雅阁 4 月份则创下 10262 台的销售纪录,环比增长 33%,同比增长 77 此外,全新奥德赛、凌派、缤智等车型也都表现不俗。

### 上海大众 4 月销售 140091 辆

上海大众汽车 4 月销售 140091 辆,蝉联国内车市销量榜首。其中,大众品牌 4 月销售 117765 辆。从各车型数据来看, Polo 4 月销售 13921 辆,桑塔纳售 27909 辆, Lavida 家族销售 27,036 辆,帕萨特销售 16886 辆,

途观销售 21381 辆。此外,凌渡自 1 月上市以来市场表现稳定,累计销量达 28518 辆。斯柯达品牌 4 月销售 22326 辆。其中,昕锐 4 月销售 4255 辆;全新明锐延续一季度良好表现,4 月销售 13027 辆。