

长城嘉誉最高优惠3万元 树立MPV价格新标杆

产业资讯

攀枝花1月至7月 进出口总额同比翻番

本报讯 据海关统计,今年1月~7月,攀枝花市累计实现对外贸易进出口总额25157万美元,同比增长114%。其中出口总值为16876万美元,同比增长1.2倍;进口总值为8281万美元,同比增长1.02倍。

据了解,结构调整是攀枝花出口增长迅猛的主要原因。从2007年4月起,经过国家一系列出口政策的调整,我国钢铁产品的平均出口关税已经达到9%以上。对此,攀钢及时调整出口工作策略,将出口产品重点放在钢铁、板材、无缝钢管等高技术含量、高附加值产品上。对于钢坯等国家限制出口的“两高一资”产品则主动减少出口。1月至7月,该公司出口热轧卷板5154万美元,同比增长67%;钢轨3136万美元,而去年同期为零;镀锌板1900万美元,同比增长6.82倍;冷轧卷板490万美元,同比增长6.2倍。

在保持美国、韩国、东盟、欧盟、日本及我国台湾地区等传统市场的同时,今年,攀枝花市新开辟了巴西、俄罗斯、哥伦比亚、南非等市场,出口市场呈多元化格局。出口产品品种也逐渐增多,主要有热轧卷板、钢轨、硅产品、镀锌板、五氧化二钒、黄磷、高钒铁、冷轧卷板等。同时,外资企业、私营、集体企业出口增速迅猛。三类企业出口3359万美元,同比增长1.49倍;私营、集体企业出口2405万美元,同比增长3.93倍。(周越)



长城嘉誉 Cross-MPV

是想通过压低利润来优化MPV市场。在10万元左右的MPV市场,长城嘉誉性价比已经非常明显,优惠后更是优势凸显。可以说是“小型车的价格、豪华车的功能;五人座的油耗,七人座的空间;家用车的费用,商用车的形象”。嘉誉配备2.0升三菱MIVEC(智能可变气门)发动机,90公里等速油耗7.75升,这样的性能和价格别人很难做出来。

此次限时优惠的同时,长城汽车专门针对嘉誉用户开通了快速服务通道、首问负责制、专人贵宾式服务、三阶主动呵护、朝六晚八预约接车、个性化提醒、车友俱乐部等特色服务内容,更加符合MPV用户群体繁忙的商务行为特性。一系列“组合拳”意在构筑全面竞争优势,促进MPV升级。

(明喜)

本报讯 最近,一则MPV领域促销的消息引起广泛关注。长城嘉誉Cross-MPV全系车型的促销日期截止到11月30日。其中,最低标准型价格8.28万元起。按可比价格计算,最高优惠幅度达到3万余元。

价格调整后,嘉誉精英型12.68万元,豪华型10.28万元,舒适型9.48万元,增加了定价为8.9万元的实用型和定价为8.28万元的标准型。长城汽车负责人表示,调整的目的是为了使产品更符合用户的实际需求,最根本的还是通过富有震撼力的价格优势,在中低端MPV市场确立绝对的霸主地位。

限时优惠实行没几天,长城汽车的专卖店就聚集了大量消费者。这些用户原本打算购买同档次的其它品牌MPV,闻讯之后专程赶来,他们表示,和其它牌子比了半天,怎么比都

非常划算,在这个价位上买到新型的MPV,以前想都不敢想,这次就不再犹豫了。显然,长城嘉誉此次限时优惠已经收到了效果。

长期以来,由于MPV大多数为集团和企事业单位购买,一直存在着价格虚高的不合理现象。一贯以性价比见长的长城汽车这一次实行行业内最大幅度的优惠,利用自己的成本控制优势来促进MPV的规模化竞争,意味着其在中低端MPV市场的志在必得。

该公司决策层表示,“长城汽车有义务不断为消费者创造性价比更高的产品。自长城嘉誉上市以来,受到了驻华外企、港澳台商、合资企业的广泛关注。他们普遍反映这款车性价比比高、而且更符合国际流行趋势,这次降价就是为了向更多的消费者普及更好的MPV车型。”

业内人士认为,嘉誉限时优惠

消费税调整重在抑大扬小 微车发展驶入快车道

本报讯 今年9月1日起,国内汽车行业将执行新的汽车消费税政策:一是提高大排量乘用车的消费税税率,排气量在3.0升以上至4.0升(含4.0升)的乘用车,税率由15%上调至25%;排气量在4.0升以上的乘用车,税率由20%上调至40%;二是降低小排量乘用车的消费税税率,排气量在1.0升(含1.0升)以下的乘用车,税率由3%下调至1%。

此次消费税调整,是国家第二次调整汽车消费税税率,重在“抑大扬小”,增进节能减排,赢得了汽车行业和微车市场的一片叫好声。业内分析人士认为,尽管国家对于1.0升以下的小排量车的消费税进行了小幅下调,对于消费者终端购车价格影响不大,但对于引导和强化微车消费意识有着长期的促进作用。

另外,消费税调整显示出了国家对微车政策实质上的重大转折,是更加有利微车发展的国家燃油税政策即将加快出台的信号。由此,行业专家预测,以长安为首的微车企业将摆脱近几年来萎缩市场状况,在国家政策的引领下进入新一轮的快速成长期。

外忧内治 长安引领微车走出寒冬 2006年,国家实施首次消费税制度改革,由于1.5升以下车型全都是3%的税率,1.0升以下小排量车失去政策优惠,国内微车市场遭遇了持续几年的萎缩。一方面缺乏政策优惠,另一方面本身利润薄弱,不少企业对于小排量车产品的研发投入明显降低,微车发动机研发设计出现停顿甚至倒退,车型质量难以快速提

升,最终导致微车发展深陷低谷。由此,2006年,国内主流微车企业长安、昌河、哈飞等全年销量都出现不同程度的下滑。2007年上半年在全国车市销量同比增长近30%的情况下,小排量车的份额却同比下滑了一成多。

但是,尽管在当时难以看到美好的前景,多年来经营微车市场并且连续8年摘取微车销量冠军的长安汽车,在拓展自主品牌轿车的同时却始终没有放弃微车的发展。凭借多年的研发制造和销售经验,长安深刻洞察市场变化和消费者需求,从2006年起实施了一系列战略变革。面对市场对于微车外观旧、技术低、动力差等的负面形象,长安于2007年3月推出了在全新平台上打造的新一代微车——长安之星2。该车凝聚了长安汽车自主创新在微车领域的最新成就,拥有23项专利技术,288项技术升级,以“新外观、新空间、新品质”全面树立起新一代微车的品质标杆。

长安之星2一上市就迅速赢得了消费者的认可,打开了市场局面,也推动了其他微车企业加快推出新一代微车产品。从2007年下半年开始,微车市场逐渐走出寒冬,出现了回暖迹象。2008年初,业内人士普遍认为,微车市场的最坏时期已过。

外因利好 微车发展春天将至 今年以来,新一代微车产品市场热销。以长安之星2为例,平均月销量达到12000辆以上,昌河福瑞达销量也达到数千台。新一代微车在空间、质量方面的改

进提升,以全新形象逐步深入人心,为微车消费注入了更多信心。6月,大微客长安之星S460和五菱荣光等更多满足消费者核心需求的新品上市,微车市场再次显示出了生机,开始增速回升。

除了微车产品不断发展迎合市场需求之外,今年以来各种外在利好因素也强力助推着微车市场的发展。今年,国内油价居高不下,5月再次涨价,且在国际原油价格屡创新高的形势下仍有走高之势。排量小、节能好的微车消费始终受到市场的极大关注。由此,尽管在国家连续遭遇严重自然灾害的情况下,微车销量仍稳定增长并未受到较大影响。

与此同时,政策的利好成为更加有力的推手。从2008年初起,国家将出台燃油税的传闻此起彼伏。尽管迟迟未有定论,但是在微车市场,这项被反复讨论的政策却像磁铁石一样不断引发消费者对于微车车型的持续关注。资深人士认为,燃油税一旦正式开征,微车用户将是最大的受益者。尤其是对于占据微车市场绝大部分份额的微客用户来说,微客作为他们创业致富的生产资料,政策利好所带来的成本节约就意味着利润的增长,因此他们对此十分关注。此次消费税调整,虽然鼓励小排量车发展的力度有限,但显示了国家实施节能减排的决心,也加强了消费者对于国家出台燃油税等政策的期待。

而这一切,都预示着,微车市场的春天即将到来。中国的汽车消费,也将更加理性、成熟。(李媛)

北京奔驰成为中网首席赞助商

本报讯 北京奥运会的大幕刚刚落下,另一场世界顶级赛事2008中国网球公开赛,即将在北京光彩网球中心拉开。近日,北京奔驰—戴姆勒·克莱斯勒汽车有限公司正式宣布成为2008年中国网球公开赛首席赞助商。从2007年起,北京奔驰连续两年以首席赞助商的身份出现在中网赛场上。豪华优雅的E级轿车,今年将以“中网官方指定用车”的身份,加入这场群星璀璨的顶级赛事,搭载众多国内外顶级网球巨星征战赛场。

北京汽车控股公司董事长兼北京奔驰公司董事长徐和谊表示:“北京奔驰作为北京的汽车企业很荣幸有机会参与这一高水平的网球赛事。我们希望协助北京市政府有关部门把这项赛事办成更高水平的国际网球年度赛会。北京奔驰2007年作为赛事用车赞助单位曾参与了2007年中网工作,今年我们将继续向组委会提供北京奔驰生产的奔驰E级轿车,同时也会在赛会期间展示北京奔驰今年刚刚上市的奔驰C级轿车。希望通过和有关部门的合作,一方面把此项赛事打造成国际一流的网球赛会,另一方面通过这种赞助宣传北京奔驰,宣传北京汽车工业的发展成就。”(冉荷)

Myjob 奥运助威团亮相奥运赛场

本报讯 奥运期间,爱尔兰奥运代表团赞助商——爱尔兰招聘巨头Saongroup集团在京合作伙伴、网络招聘企业MyJob自发地组成了一支5人组的奥运助威啦啦队,在北京奥运比赛现场为运动健儿加油。

这支身着统一T恤、并印有“MyJob”字样活力四射的啦啦队因其不俗的表现而丝毫不逊于专业啦啦队,还赢得了境外媒体的好评。MyJob企业负责人激动地表示:“奥运会第一次在自己家门口举办,作为中国人和中国的企业,我们希望通过自己特有的方式为各国运动健儿在赛场上的英勇表现呐喊助威。”(容丽)

攀钢进入四川省高新技术企业行列

本报讯 近日,笔者从攀钢(集团)公司科技部获悉,攀钢于日前被认定为四川省高新技术企业。

据悉,长期以来,攀钢在科研与技术开发中,投入了大量人力、物力和资金,在钢铁、钒钛和资源综合利用等材料工业技术领域取得显著成效,有的达到了国际先进水平。自投产以来,攀钢不仅在传统钢铁产业深加工上不断创新,更在钒钛合金产品研发、APV制取三氧化二钒产业化技术研究、氧化钒清洁生产产业化技术等多个项目研发上取得了阶段性成果。2007年技术性收入达到4766万元,高新技术产品销售实现30亿元以上。(周越)

UPS 视频大赛落下帷幕

本报讯 8月10日,UPS与酷6视频网站联手推出的“UPS视频征集大赛”完美落下帷幕,获奖者将分别赢得价值万元的专业DV、价值2000元的数码相机以及中国男篮国家队的签名篮球等奖项。

自开赛以来,网友的参与热情连日攀升,在两个月的时间里(2008年6月20日至8月20日),UPS视频点击率超过1400万次,投票总数超过80万。那些情节独特、创意新颖的优秀作品,完美地将UPS服务奥运的专业精神与奥运体育健儿的拼搏精神巧妙结合,尽情展现了人们对奥运圣火点亮全球所带来的无限热情。(禾苗)

数字家电

创维向5位奥运射击冠军 赠送酷开电视

本报讯 在北京奥运赛场上,中国射击健将庞伟、郭文珺、陈颖、杜丽、邱健凭借精湛的技术,分别夺取奥运桂冠。作为中国射击队、中国飞碟射击队的唯一合作伙伴,创维集团在祝贺中国射击队、中国飞碟射击队的时候,派人分赴北京、保定、淄博、西安、淮安等冠军的家乡,为庞伟、郭文珺、陈颖、杜丽、邱健等冠军家庭赠送最新款的酷开电视,并带去创维全体员工的热忱祝贺和一片深情。

据了解,此次创维赠送的42L28RM彩电,是创

维酷开电视中的旗舰产品,拥有1366x768像素的分辨率,配备VII第二代数字引擎,具有创维独特的“双屏”,被中国网民评为“最适合观看奥运赛事”的平板电视。

创维董事局主席张学斌表示:中国射击队是奥运赛场上的优秀团队,创维集团将一如既往地支持他们。创维特别希望把每个精彩瞬间传递给中国人,就像传递奥运圣火一样,用自己的实际行动把奥运“更高、更快、更强”的精神延续下去。(冉荷)

国产品牌扩大优势

奥运年空调市场凸现三大新亮点

本报讯 由于受天气、需求不振、原材料和人力成本上涨等因素影响,盘点2008空调冷冻年度,用“寒冷”来形容并不为过。中怡康对国内3000家零售店的检测数据表明,上半年国内空调市场的销售量为1395万台,同比下降5.1%。销售额为411亿元,同比仅上升0.92%。

与往年相比,尽管今年的空调市场比较萧条,但还是出现了一些可喜的新亮点。

亮点一:不打价格战,坚持差异化操作。从今年各大品牌主推的产品来看,格力关注健康睡眠,美的突出使用方便,海尔主打奥运营销概念,志高衷情于节能。志高主推的“双节能”,将待机电耗限定在1瓦以内,且运行能效远超国家I级标准,这一技术在全球属于领先。志高董事长李兴浩表示,企业不仅有责任为消费者提供需要的产品,还应勇于承担社会责任,比如节能降耗。这些市场表现说明,2008冷冻年,空调行业在有意地进行差异化营销,以避免出现产品同质化、肉搏价格战等低层次手法。业内专家认为,不打价格战、差异化操作表明空调行业已进入有序健康发展阶段,开始在细节创新上共同提升行业水平。

亮点二:空调行业集中度进一步提高,部分企业出口势头喜人。从今年

上半年看,空调内销前十名品牌的市场份额从去年同期的80.28%扩大到83%。出口方面,尽管受累于次贷危机、美元贬值等不利因素,上半年我国家用空调出口量同比仅增长3.79%,但出口金额则由于单价提升了21.1%,特别是欧洲市场快速增长,上半年我国空调对欧盟的出口量增长了27%,金额增长了51%。据海关统计,志高空调在2008冷冻年出口量和出口额的增幅均位列行业首位,表现尤为抢眼。

亮点三:中央空调市场前景广阔,国产品牌强势崛起,改变了外资品牌独霸中央空调市场的局面。中国制冷空调工业协会最近公布的数据显示,北京、上海、广州等城市,约有35%的消费者愿意安装中央空调。相较于家用空调的微薄利润,中央空调的利润率高达两成。广阔的市场前景和良好的利润空间,吸引国内中央空调厂家纷纷加强市场攻势。据了解,志高空调2008年度力推“飞跃计划”,收效良好,除继续巩固了中小的市场优势,而且在中大项目操作与大机销售上取得了长足进步,在海内外市场相继成交了大量的中大项目。业内人士认为,目前国内中央空调市场,以“大金、约克、开利、特灵”为代表的合资品牌与以“格力、美的、海尔、志高”为代表的国产品牌已势均力敌;4+4“新格局”已经全面形成。(晓周)

奥克斯空调2008年度逆市飘红 年增长20%

本报讯 雪灾、地震、南方持续大雨……向来靠天吃饭的空调行业,在2008冷冻年度遭遇了阵阵寒流。空调的销售旺季一般是在5月到8月之间,随着旺季的即将结束,大多数空调厂商面临着年度销售任务难以完成的尴尬局面。

在行业不景气、业界纷纷喊“冷”的大环境下,奥克斯空调却取得相对不

错的销售业绩。近日,奥克斯空调在宁波召开了“乘风破浪”奥翔九州“销售会议,奥克斯空调营销总经理郑宏伟总结了2008冷冻年度的成绩:至2008年3月底,奥克斯空调的市场增长率仍维持在47%的高位;五六月份,受天气等自然灾害以及楼市的影响,增长率有所减缓,但奥克斯全年的市场增长率保持在20%左右。”(凤云)

比亚迪F0亮相莫斯科车展

本报讯 笔者日前从比亚迪公司获悉,在8月27日至31日举行的2008(第十二届)莫斯科国际汽车及配件展览会上,比亚迪汽车高调亮相。除了畅销的比亚迪F3R轿车,尚未在国内正式亮相的比亚迪F8双门敞篷跑车外,即将于9月份正式开始上市的精品小车F0亦在其中。

据悉,作为自主品牌代表的比亚迪汽车,已经在俄罗斯市场取得不俗战绩。相关数据显示,今年上半年,比亚迪旗下F3R车型在俄罗斯销售了2962辆,位居中国乘用车在俄销量的第三名。F3R也在近日被福布斯杂志评为最看好的自主品牌车型之一。

而在扩大F3R车型的影响力,进一步提升比亚迪在当地的品牌形象之外,为F0在俄罗斯市场铺路或许也是比亚迪此次参展的目的之一。

作为旗下首款精品微型轿车,比亚迪汽车对F0的研发历经3年。基于“风

格JUST COOL,时尚0缺憾”的造车理念,工程师们吸收了欧洲流行元素来让它具备最时尚动感的外观、最强的底盘技术和最强的发动机技术。而与此同时,通过搭载BYD371QA高性能全铝环保发动机,功率达到50千瓦,F0最高时速可达151公里,而其百公里油耗仅为4.2升,在同级别小车中各项性能均遥遥领先。

F0在安全配置方面也显得异常抢眼。一般来说,排量越大的车型,安全带系声光提醒系统、双安全气囊、ABS、灵动助力转向系统等安全实用配置也一应俱全。更值得一提的是,F0是唯一采用了前后副车架和独立悬挂系统的小车,这已经是同级别车型中最为高级的底盘技术。

“为了应对全球性的能源危机和环境问题,各国政府都在鼓励对小排量车型的使用。从这个意义上讲,F0的时机是很好的。”一位业内人士称。事实上,早在今

威志手自一体车型9月上旬即将推出

本报讯 记者日前获悉,9月上旬,天津一汽将正式推出精心打造的威志AMT版,全力发起对经济型轿车市场的进攻。新款威志进行了多达20项的改进和升级,其中,意大利马瑞利公司最新一代AMT手自一体变速箱的搭载,使其在技术上实现了对同级别轿车的超越。

最新一代AMT,飞入寻常百姓家。AMT最初用于F1赛车等专业领域,后来逐渐被法拉利、兰博基尼等豪华轿车所采用。目前在汽车市场上,这项技术也大多被应用在顶级品牌车型身上,经济型或者更低级别的轿车并不会如此“奢侈”。2004年,奇瑞QQ安装了这一配置,5年后,威志又将更先进的AMT技术带到了普通消费者面前。

最新一代的AMT变速器,既有优越的操控性,突出的燃油经济性,在换挡速度和平顺性方面更有明显改善。与最初的技术相比,它的微电脑控制装置更为完善、计算能力更强,能够更有效地帮助驾驶员完成对操控系统的协调和把控。

据天津一汽相关研究人员介绍,威志完全具备了自动挡车型的功能,同时手自一体功能的实现,为用户提供了更畅快的驾乘体验。

黄金排量搭载,自由驾驶生活 一般来说,排量越大的车型,越能将AMT的优越性表现出来。然而,高档轿车的价格和使用成本终究无法做到亲民,配备了该项装置的微型轿车又无法充分发挥它的作用。目前国内市场上,尚有一款1.3升-1.6升之间的黄金排量车型装备这一“先进武器”,而威志AMT版的入市,填补了这一空白,开创了全新的驾驶生活。

相比于其他自动变速器,AMT在操控性和燃油经济性上都有着杰出的表现。它能够模拟优秀驾驶员的行车技术,适时地根据车况、路况和驾驶员的主观意愿自动换挡,明显降低劳动强度,确保行车安全。在燃油经济方面,有实验数据表明,装有AMT的轿车,比自动挡车型节油15%-20%,比一般的手动档也要省

油5%-9%以上。此外,AMT技术还具有高可靠性和低维护成本的特点。这在油价和汽车使用成本日益增加的今天,无疑更具吸引力。

“AMT变速箱与威志整车的匹配工作,已经成功通过高温、高寒和高原三高试验”,天津一汽研发负责人介绍;另外,我们还进行了两轮50万次循环换挡的测试,随后又在极其严苛的条件下,进行了8万次的换挡试验。可以说,它的品质是完全可信可靠的。”

业内人士预测,全新AMT手自一体变速箱将是此版威志面世的最大卖点,也将是其占领更多市场份额的关键所在。这款倡导低排放、高效率的经济型轿车的易操作性和对整车性能的全面提升,在使普通百姓享受更轻松车生活的同时,也对其竞争对手构成极大的威胁。(张蕾)

汽车动态

青海雪舟三绒集团 QINGHAI XUEZHOU SANRONG GROUP

中国驰名商标 国家免检产品

青海雪舟三绒集团营销中心 青海雪舟三绒集团营销中心 青海雪舟三绒集团营销中心 青海雪舟三绒集团营销中心

地址: 0971-4112200 电话: 0971-4112200 地址: 0971-4112200 电话: 0971-4112200