



信息集结号

中国汽车安全主题巡展
在京启动

本报讯 日前,2011(第四届)中国汽车安全主题巡展在北京启动。据悉,本次巡展将在北京、大连、济南、苏州、成都、广州6个城市相继举行,历时2个多月。来自奇瑞、北京现代、东风本田、广汽本田、上海大众等企业和零配件商家将参展。

公安部交管局的数据显示,截至2011年6月底,我国机动车总保有量达2.17亿辆。在此背景下,汽车安全越发被社会广泛关注。

组委会认为,汽车安全其实贯穿三大脉络的同步发展,一方面是汽车企业安全技术的不断创新与产品品质的“全程保护”,另一方面是社会各方共同参与、共同协作的“全面保障”,同时,还取决于道路的科学规划和智能管控水平。在生产方面,奇瑞在近3年内,累计投入研发经费超过40亿元,投资15亿元建立亚洲最大的汽车试验技术中心,以保障和进一步提升其产品的安全性能。

据介绍,自2008年办展以来,组委会通过在汽车安全技术与汽车安全文化两大主线上双重发力,取得了突出的成效,并以“深度协作,联合推动”模式推动汽车安全。通过“联合”,实现政府、研究机构、生产企业的信息共享,实现政策的贯彻和推动,新技术和新产品的及时发布和共享,以及汽车企业前沿安全理念的实时传递。这一系列的举措所产生的行业化、社会化外溢效应,为大众和消费者创造出一个全方位的安全新维度与新空间。

(季春红)

第十届摩博会:
广东摩企主打节能环保牌

2011年10月13日,在重庆召开的第十届中国国际摩托车博览会(以下简称摩博会)上,广东板块摩企阵容颇为惹人关注,本田、大长江等纷纷倾巢出动,系列品牌的首发车、大排量车型将轮番亮相本届展会。

首发车扎堆
大长江全国首发250

本届摩博会广东板块摩企强势亮相:合资企业两大代表五羊-本田和大长江集团纷纷重拳出击。

多次参加摩博会的大长江集团展区规模空前:豪爵、豪爵铃木两大品牌强势登陆,其展位面积达到800平方米,届时大长江集团旗下80多家配套企业将整体亮相。“本届展会企业将全国首发250大排量摩托车。”大长江方面表示。

摩托车界另一巨头,广州板块的五羊-本田亦凶猛来袭,展会上五羊-本田将携新手本田技研,并联合新大洲-本田以800平方米展位亮相一号馆,其中大排量机车成为其展示的重点。

广东摩企纷纷主打环保牌

随着国Ⅲ标准的全面实施,节能环保已然成为各大品牌的主打。其中广东板块的大长江、五羊-本田等行业领导型企业自本届展会开始,就携节能环保的国Ⅲ摩托车闪亮登场。

上届展会上,大长江不仅公布了为众多摩友所期待的GW250,在豪爵铃木展台,参展的12款电喷新品均采用了日本研发的领先智能电喷技术;本田携其品牌旗下的系列国Ⅲ新车全线登场,其中包括本田在中国推出的第一款达到欧Ⅲ排放标准的125ml踏板车“佳颖”以及本田专为中国市场全新研发的第一款中式太子车Shadow。

另据了解,本届摩博会上,预计将有代表中国摩托车行业90%制造能力的近600家企业参展。北极星、杜卡迪等境外展商纷纷以大面积展位亮相展会;国内一线品牌将集结亮相;零部件方面,本届展会共有来自全球10多个国家和地区的近500家零部件展商参展,其中长安减震、征和链条等知名企业纷纷以特装展位进驻。

(林海)

编者按:欧洲债务危机加剧,美国国际信用等级下降,或将导致全球经济二次探底。尽管全球市场萎靡不振,但汽车行业却别有一番景象:日前在德国法兰克福和中国成都同期举办的国际车展上,豪车销售异常火爆。今年上半年,国内豪华车市场实现汽车销量43.5万

辆,同比增速高达43%。在各大车展上,新能源汽车由于尚未获得市场青睐,仍在缓步前行。

缘何出现这种现象呢?为此,本报对上述两个车展进行了关注,结果发现,消费者对豪车的钟爱并未受到经济萎靡的影响。

成都车展催生中国豪车消费神话

■ 本报记者 周春雨

9月17日,绵绵秋雨没能阻挡成都人参观第十四届成都国际汽车展览会(以下简称成都车展)的热潮,车展开幕首日,豪车销售开门红。

成都车展组委会的统计数据 displays, 有11个品牌共13辆百万级豪车现场销售。其中包括1辆法拉利、1辆玛莎拉蒂、1辆阿斯顿·马丁、1辆宾利、以及2辆售价千万元左右的俄罗斯凯佰赫装甲越野车。

面对如此火爆的销售,各大豪车参展商们自然偷着乐。今年成都车展上,各大知名品牌不仅纷纷扩大了参展规模,甚至还加大了展台装修的投入。

换句话说,成都车展已经成为全球豪车不愿错过的一个重要销售平台。在众多厂商眼中,成都车展的重要性已经超过广州车展,成为继北京、上海车展之后,中国的第三大车展。

车企奢华比拼

据成都车展组委会透露,此次车展有17款全新车型首发,是成都车展有史以来首发新车最多的一次车展。纵观本届成都车展,更像是全球各大品牌汽车的一场奢华秀,在豪车云集的8号馆展出的名车售价动辄数百万元。

而成都车展正在成为各大品牌博弈的阵地。雷克萨斯旗下的9大系列11款车型以及雷克萨斯油电混合动力新世代轿车亮相,为了在众多品牌中吸引观众眼球,雷克萨斯启用了全新的展台设计方案,在1000平方米的展区内,集中展示了集科技和智能为一体的多款豪华车型以及LEXUS G-BOOK雷克萨斯智能副驾体验区;同时,展台二层特别设置了嘉宾接待专区,令参观者可以进一步了解LEXUS雷克萨斯“不断超越顾客期待”的全方位品质。

宝马公司也当仁不让,此次发布了两款最新力作:全新BMW 6系双门轿跑车和BMW 1系M双门轿跑车。华晨宝马汽车有限公司营销高级副总裁戴雷博士表示:“宝马在中国市场取得的巨大成功,证明了BMW品牌和产品拥有强大的竞争力。”

保时捷中国销售总监彭明山则表示,“自中国大陆第一家保时捷中心落户北京,10年间,中国市场发展成为保时捷全球范围的又一成功典范,这一切都离不开西南部市场所发挥的巨大作用。我们在这里推出顶级车型,正是为了回馈四川客户对保时捷的钟爱。”

奥迪展台声势最为浩大,其2000平方



米巨型展台上,展出了包括A1、A7在内的众多车型;梅赛德斯-奔驰携旗下梅赛德斯-奔驰、smart、AMG、迈巴赫四大品牌“盛装出席”,其中多款车型将正式登陆中国市场。

据中国贸促会汽车行业委员会会长王侠介绍,本届成都车展,展位面积超过1000平方米的参展企业达到22家,比去年增长了50%,规模创历届之最。

钟情车展购车

一位大众的参展商表示,以前自己参观车展时,更多关注的是新车的款式,对其他的技术参数不是很在意。但现在来车展参观的观众,不仅仅是看新车的性价比,更多的是看汽车的技术和设计。更重要的是,多数观众都是提前做好购车计划,只等在展会现场下单。

在展会现场,记者看到两位女性观众,因被各类参数搞得一头雾水,不得不现场打电话咨询,最后在朋友的建议下,选购了一辆原装进口车。据她们介绍,购车计划已经酝酿很久了,一直在等着车展期间能到现场,不仅可货比三家,而且价格更低、性价比更高。

记者在展会现场目睹一位中年观众,在试坐了“宾利·慕尚”大约10分钟后,就跟着宾利的工作人员走进了办公区,据知情人士透露,该观众已经下了订单,买下了价值400多万元的“宾利·慕尚”。

成都车展组委会有关人员表示,“今年以来,政策回收、使用成本增加等种种不利因素导致了车市销量下滑,但国内车市‘刚需’并未完全释放。”据统计,在四川地区,2011年前8个月累积了大批“持币待购”的消费者,其中82%的人都选择在9月成都

国际车展期间购车。

消费者的心理,早被各大车企们洞察透彻,现代汽车相关人士接受记者采访时表示:“西南市场有着巨大的消费能力与良好的市场前景,而成都车展是整个西南市场的风向标。我们相信此次参展,不但将再次拉高现代汽车在西南地区的市场份额与终端销量业绩,同时,今天揭幕的Veloster也将为消费者带来前所未有的新价值体验。”

汽车销售风向标

目前,中国已成为全球第一大汽车市场。而以成都为核心的西南市场作为现代汽车全国销量增长最快的核心销售区域之一,已成为现代汽车整体销售链上的重要一环。

随着成都车展规模和影响力不断提升,对西部汽车市场的推动作用显著。今年的成都车展规模再度升级,使用了世纪城新国际会展中心的全部9个展馆,其中乘用车所占展馆从去年的7个增至8个,创历届之最。此次成都车展的展品范围涵盖各类乘用车与商用车、汽车零部件、汽车售后相关产品以及各项汽车技术展示和汽车媒体等。

2011年以来,全国汽车销量增速放缓,但是以四川、重庆、云南、贵州为代表的西部却呈现出了巨大的消费潜力,特别是车展已成为汽车生产企业与销售企业以新车型和巨额优惠拉动销量的重要平台。

毋庸置疑,西部汽车市场已成为众汽车厂家眼中的“香饽饽”,不管是自主品牌、合资品牌、还是进口豪车都在向西部二、三线城市扩张。西部汽车市场成为驱动中国车市快速增长的主要推动力之一。

本次车展展出面积达到12万平方米,

在近10天展期中,观众可在9个展馆欣赏到由世界知名汽车品牌企业带来的800余辆展车。可以说,成都车展迎来了黄金期。

国内品牌不示弱

“随着中国本土汽车工业的快速崛起,国内自主品牌也在本届车展上展现了自己的创造性和竞争力。”据成都车展组委会相关负责人透露,相比于国际品牌重磅投入,“中国制造”也毫不示弱。奇瑞、比亚迪、吉利等都以各自巨型展台占据了各展馆的重要位置,其中吉利展位面积扩大至1200平方米,较去年增长50%。

此外,上汽通用五菱迎来了其第一款自主研发轿车的西部首发。一汽集团、上海汽车、东风汽车、长安汽车等国内汽车巨头及其他众多本土主流汽车品牌也将集体亮相,显示中国自信品牌的信心与实力。

作为国内汽车行业龙头企业的上海通用也用多款重磅新车表示出了对此次车展的重视,旗下别克、雪佛兰、凯迪拉克3大品牌展示总面积比上届增长55%。别克新君威GS智能性能轿跑车、雪佛兰首款面向全球的中高级战略车型、迈锐宝和凯迪拉克品牌首次亮相的三款全新配置的SRX车型成为此次三大品牌24款全明星车型中的亮眼之作。

奇瑞、吉利、长城和比亚迪等也于现场锋芒毕露,无论展位面积还是新品首发数量,均与跨国巨头不分伯仲。吉利超大面积的展位,双层错位式立体展台,1000平方米的错层大屏幕,气势可谓恢宏。长城汽车携12款车型、1款发动机、1款变速器亮相,展示“世界的长城”新风采。上汽通用五菱首款研发车更是点燃了公众对自主品牌的热情。

法兰克福车展:欧洲豪车大出风头

■ 本报记者 静安

9月15日,2011第64届法兰克福国际车展在德国法兰克福国际会展中心开幕。本届车展共吸引了32个国家的1012家参展商,展出面积达到创纪录的23.5万平方米。不但欧洲本土品牌对于车展极为重视,诸如福特、通用、丰田、本田等品牌同样组成规模庞大的展示阵容带来最新的产品和技术。

豪车涌现展会

在本次展会上,各大车企都推出了新款豪华车型,9月13日,宾利continental flying spur轿车、布加迪Veyron 16.4 Grand Sport跑车相继亮相。9月14日,法拉利新推出的458 Spider跑车以及劳斯莱斯Phantom轿车也大放风头。

在本次2011法兰克福车展前夕举办的大众之夜活动中,大众集团旗下的保时捷品牌正式推出了全新的保时捷911 Carrera车型。全新保时捷911 Carrera在轴距方面比现款保时捷911 Carrera 2350mm的轴距加长了100mm,达到2450mm。全新911使用了智能铝钢车身,相比上一代更轻更坚固,整体重量减

轻了45公斤之多,另外还为Carrera S车型配备了PDCC(保时捷动态底盘控制)技术,可以智能分配后轴扭力,从而在过弯时更顺畅。

兰博基尼在法兰克福车展上展出其盖拉多Super Trofeo赛车的公路版车型。展出的公路版车型会延续相同的程式,将拥有比之前任何一款公路版盖拉多车型都要轻的整备质量,此外还将拥有更富侵略感的外形,而且可能还会拥有更为强劲的动力。

豪车行业受经济衰退影响较小

欧洲5日公布的经济数据显示欧元区第四季陷入萎缩的风险升高。虽然欧元区财政危机加剧、8月消费者信心大幅下滑,但欧洲豪华汽车行业似乎并未受到影响。

据报道,法兰克福车展上,菲亚特汽车集团旗下豪华汽车品牌玛莎拉蒂展出的新款运动型多功能车无疑是最抢手的车型之一。同一旗下的法拉利也有望刷新销售记录。菲亚特首席执行官马尔乔内(Sergio Marchionne)表示:“超豪华汽车行业不受经济衰退的影响。”

虽然欧洲债务危机持续恶化,但在菲亚特旗下的法拉利和玛莎拉蒂两个高端

汽车品牌的帮助下,意大利汽车制造商菲亚特有可能扛得住业务低谷。当前玛莎拉蒂的全球代理经销商数目增长了150%。照此形势,玛莎拉蒂即使不推出Kubang SUV,也会按计划将目前的汽车供应量在2014年提升至4.5万辆,约为现在的8倍。

而今年,法拉利计划再创销量新高。在一次采访中,当问及经济衰退是否会对该集团带来影响时,其负责人回答道:“菲亚特集高品质、大品牌、独特性、创新性于一体,因此并不担心经济衰退会对我们造成影响。”

据悉,大众汽车旗下兰博基尼的新款Aventador也同样抢手,断货18月之久。而宝马旗下的劳斯莱斯也宣布扩建其英国的古德伍德制造厂,斥资达1000万英镑。

豪车企业抢滩中国市场

豪华汽车的销售目前看来没有下滑,但这在很大程度上取决于中国快速增长的富人群体是否会继续追求全配置大型豪华车,尽管中国汽车市场增速整体在放缓。跑车制造商保时捷近期发布的8月销售报告似乎证实了中国人对豪华车的好胃口:今年以来,保时捷在中国和在全球的销量

分别攀升了84%和30%。即使在萧条的欧洲,销量也上升了8%。

中国目前已成为全球豪华汽车购买力最强的国家之一,众多豪华车纷纷抢滩中国市场。意大利顶级跑车制造商——兰博基尼汽车公司近日正式向中国发布以其传奇车手瓦伦蒂诺·波伯尼的名字命名的一款全球限量250辆的全新超豪华车型——Gallardo LP 550—Valentino Balboni。

最新统计显示,今年前7个月戴姆勒集团全球销量同比下降近一成八,而在华销量同比增长四成九;宝马集团全球销量同比下降一成九,而在华销量同比增长二成六;奥迪全球销量同比下降8%,在华销量却增长一成五。此外,在金融危机使欧美日奢侈品需求普遍萎缩时,中国奢侈品市场却依然向好。目前中国奢侈品消费已占全球市场的二成五,首次超过美国成为世界第二大奢侈品消费国。

中国市场对顶级豪华车需求的不断提升促使海外汽车巨头不断加大新产品投入力度。意大利兰博基尼汽车中国区经理易纳德对记者说,全球顶级跑车制造商兰博基尼非常重视中国市场,他们还将为中国消费者带来更多的顶级跑车。