



雪佛兰创酷

□记者 许晓洁 文/图

人有人的江湖,车有车的江湖,这几年,车的江湖越发不平静,各个“门派”剑拔弩张,摆出一副要拼个你死我活的架势,想独身事外已不可能。从总体上看,一向以高贵冷艳形象示人的进口车派陆续把重心转到中国,以亲民姿态加速抢占中国市场;背靠大树好乘凉的合资车派不断降低车价,挤压自主品牌车企的生存空间;自主品牌派当然不愿坐以待毙,在努力守住中低端汽车市场的同时也向高端汽车市场伸手,使国人对它们的信心大增。

北京车展,更是一石激起千层浪,让车的江湖烽烟四起。曾有商家预言,北京车展后车市会掀起降价浪潮,事情当真如此吗?请看记者的调查。

## 北京车展或为风向标 1

属于合资车派的东风悦达·起亚自成一门,其门下“弟子”颇有韩国花美男的风范,长相俊俏,随身携带“武器”,在“同辈”中较有竞争力。4月,东风悦达·起亚旗下一名新“弟子”在江湖亮相,名K3S。

有了新“弟子”助阵的东风悦达·起亚,在4月下旬下调了一些车型的价格。东风悦达·起亚洛阳悦达店销售经理王国军说,像北京车展这样的大型车展是国内车市的风向标,在这里,各车企的新车、新技术纷纷亮相,车企迫切需要通过这样的大型车展向市场发出声音。比如在本届车展上,我们看到节能环保车型比重加大,一些车企来不及把成熟的新能源车带来,就先让新能源概念车亮相。我们还看到,那些能够走进老百姓日常生活的车型的价格、配置都非常亲民。车展所释放出来的信号会让各家车企重新吸收、思考,据了解,不少车企都会根据车展的情况来拟定全年的战略规划,同样会根据车展上车型价格等因素调整现有车型的价格。

# 北京车展后 车价要降?

确有品牌有此迹象,但也不乏逆势上扬者

## 2 小型车或为降价先锋

近两年,各家车企为了在行业中拥有更稳固的地位不敢有丝毫懈怠,为了扩大影响力都使用了同一个策略——扩大产能。但扩大产能只是增加盈利的手段,而不是目的,扩大的产能必须销售出去,这一“门派”才能够更好地生存下去。

在车的江湖中,各“门派”在扩大产能时也是有所选择的,他们不会加大所有车型的产量,而是选择几种好卖的车型冲销量、占市场。如

今虽说SUV风头正劲,但本地很多经销商还会告诉你,还是小型车最好卖。

东风悦达·起亚选择让K2、K3、福瑞迪降1000元至2000元不等,为了弥补经销商的损失,东风悦达·起亚也给予经销商阶段性的零售补贴。

荣威洛阳店销售经理李妍潇说,为了销量,他们目前主推的是首次购车者更容易接受的荣威350。

## 3 合资派新车价格低

各“门派”“自降身价”除了因为其自身扩大产能,也因为近期有一些江湖新成员的陆续登场,这些新成员大多有一个特点,那就是价格不贵,经济实惠。

雪佛兰最近新推了一款新生代城市SUV,名叫创酷,体型不大的创酷拥有的各项“武器”具有时下流行、实用性强的特点,比如1.4升双可变气门正时涡轮增压发动机、六速手自一体变速箱、四轮防抱死制动系统、坡道辅助系统、

翻滚感应系统等。创酷的售价为11.99万元至15.99万元,相当具有吸引力。

东风标致门下的新“弟子”2008虽出入江湖,但全景天幕玻璃顶、推进器式飞航手刹等配置也相当吸引眼球,售价为9.97万元至13.67万元。

在这些新车型带来的压力下,我们可以想象一些老车型或将陆续加入降价大军,或通过提高配置来吸引消费者。

## 4 别幻想车价一路下跌

有消费者想,如今才5月,一些经销商就开始降价了,那后半年车价岂不是更低?我们不排除这种可能性,但记者在调查中发现,车的江湖中也不乏逆势上涨者。比如进口大众就打算通过增配“武器”来抬高“身价”。

进口大众洛阳中豫店内训师郭晨龙介绍,进口大众近期会在迈特威、Cross 高尔夫等多款车型上加装车载客户服务端来提升整车品

质,这一装置类似于安吉星和丰田的G-BOOK。加装了这一装置后,车辆的成本将提高,售价自然也会上涨。由于这一装置涉及行车电脑,无法后期加装,因此他们店今后再从厂家订购的车辆上就应该自带这种装置。

一些业内人士认为,在大型促销活动中经销商给出的车价基本就已见底,消费者希望车价一路走低,是不太现实的。



市民正在我市某4S店内选购汽车