

■ 车市新闻

车展降温折射车市“寒冬”

中国加码支持汽车平行进口 将引入更多高性价比进口车

一年一度的广州车展日前开幕。面对全国车市销量下滑的“阴影”，本届车展显得低调了许多，各家带来的重磅车型锐减，绝大多数造车新势力缺席，客流上也失去了往年的红火。汽车产业如何转型升级？合资和自主车企都面临着不小的挑战。

重磅车型数量减少

11月的“花城”广州温暖如春，但车展气氛显得有些寡淡。没有了印象中的人挤人，各家车企的发布会、歌舞表演也少了很多。“很多车企的发布会都是半小时潦草收场。”媒体日上，记者们明显感受到了车展的降温。

今年7月以来，车市走势低迷。今年1月至10月，我国汽车产销分别完成2282.6万辆和2287.1万辆，比上年同期分别下降0.4%和0.1%。10月当月汽车产销分别完成233.4万辆和238万辆，比上年同期分别下降10.1%和11.7%。中汽协副秘书长姚杰表示，今年全年实现正增长的可能性非常小。如果预测成真，意味着中国乘用车市场年度销量将出现自1990年以来的首次销量下滑。这也无疑影响了年末的广州车展。

本届广州汽车展展会规模达24

万平方米，共有全球首发车48台。尽管重磅车型减少，但为年底冲销量提气，各家车企也还是发力推出了一些车型。比如，全新宝马X5亚洲首发；一汽丰田全新旗舰轿车“亚洲龙”Avalon首发亮相并开启预售，将在2019年正式上市。此外，本届车展特设豪华车展厅，保时捷、兰博基尼、劳斯莱斯等欧美顶级豪华品牌集中亮相。其中，中国首发的保时捷Cayenne第一款插电式混合动力车型Cayenne E-Hybrid备受关注。

合资自主抢食对手“蛋糕”

本届车展上可以听到很多对“市场饱和”“减量竞争”“增量转存量”等说法的讨论。实际上，从各家发布的产品来看，更多的不是寻求开辟更大市场，而是默默抢食对手的“蛋糕”。

尽管中国车市遇到“寒流”，但依旧是全球最大的市场，各国车企不敢有丝毫松懈。

“用户需求持续升级，SUV市场更加细分，我们瞄准年轻的新中产阶层人群对家庭用车的需求，推出第四代胜达。”北京现代相关负责人在发布会上表示。大众汽车集团(中国)总裁兼CEO海兹曼也表示：“展望未来中

长期，我们仍然觉得中国的汽车市场有非常大的增长潜力，现在看到的车市下滑只是一个暂时现象。”

随着国家汽车政策越来越开放，自主品牌面临更大压力。1月至10月，中国品牌乘用车共销售809.1万辆，同比下降3.6%，占乘用车销售总量的41.9%，比上年同期下降1.1个百分点。但各家自主车企并没有放弃“品牌向上”，在中高端市场对价格“天花板”做出试探。

比亚迪长轴距大五座旗舰SUV全新一代唐燃油/双模五座版亮相广州车展，宣布正式上市。从给出的价格来看，DM五座版补贴后的售价也超过25万元。诞生就定位为豪华品牌的领克和WEY也纷纷亮相。据悉，长城汽车WEY品牌首款车型VV7，两年累计销量已突破10万辆。

此外，在轿车领域，自主与合资的对抗也在继续，如北汽集团发布了自主品牌新款产品B级轿车绅宝智道，称将与日产轩逸、现代名图正面对决。

多数造车新势力缺席

数据显示，今年1月至10月，

我国新能源汽车产销分别完成87.9万辆和86万辆，比上年同期分别增长70%和75.6%。相比于整体车市的低迷，新能源领域绝对是“寒冬”中的一枝独秀。

本届广州车展国内外参展车企共展出新能源汽车150辆，其中国外企业展车44辆。北汽新能源即将推出的全新A0级纯电动跨界车型EX3量产车首次亮相；主场的广汽新能源带来了全新的纯电动车型AION S，定位为紧凑型车型；现代汽车今年年初量产上市的氢燃料电池车NEXO参展；长城汽车全新电动车品牌欧拉首次亮相国际车展……

提到新能源汽车，就不能不说造车新势力。但意外的是，最爱造势的他们本届车展声势却很小。相比于4月北京车展的全部亮相，此次大部分品牌集体缺席。

新能源无疑被各家车企视为未来出路之一。按照大众的计划，到2020年，其在华新能源汽车销量将达到40万辆，预计占据国内新能源汽车市场份额的20%。此外，丰田计划在2020年左右，在全球市场推出10款全电动汽车，并在2030年实现旗下电动车和燃料电池车的年销量100万辆左右，而中国将成为丰田纯电动计划的第一阵地。

据《北京日报》

凝心聚力展风采

丽水市汽车商会举行第二届拔河争霸赛

上周六，丽水市汽车商会第二届拔河争霸赛在莲都区天宁小学举行，来自丽水市汽车行业的20支队伍，200余名运动员参与了本次比赛。赛场上，运动员奋力拼搏，拉拉队加油助威声不断，“这正是我们汽车行业工作者朝气蓬勃、积极向上精神风貌的最佳展现！”丽水市汽车商会会长何赤说。

赛场上，两支队伍正在激烈地“厮杀”。只见两队队员咬紧牙关，使尽全身力气将绳索往回拉扯。现场的观众也涨红了脸，有节奏地拍手，为场上队员加油鼓掌，气势毫不逊色，全场呐喊声、加油助威声此起彼伏，一片沸腾！“稳住稳住！”“马步扎好了，重心往后！”“绳子别歪了！”看着眼前长时间的对峙局面，一旁助威的观众忍不住当起了“场外指导”。

经过激烈角逐，最终，丽水市伊

翔汽车销售服务有限公司代表队、丽水市福林汽车销售服务有限公司代表队、丽水市荣昇汽车销售服务有限公司代表队获得本次拔河争霸赛的前三名。

“去年我就参加了比赛，感觉特别好，今年我早早就跟公司报名了！”来自丽水市伊翔汽车销售服务有限公司的小伙子陈波兴奋地说，平时大家都各忙各的，很少有机会聚在一起参加团队活动，这样的比赛让人觉得特别有意义。

赛场上，一抹醒目的红色特别引人注目，这是丽水市博威、骏威汽车销售有限公司的运动员们，他们统一着装，更显团队意识，展示了企业文化。

何赤说，这场拔河争霸赛展示了汽车行业员工勇于拼搏、团结协作、敢于竞争、奋发超越的精神风貌，增强了



企业的凝聚力和团队精神，希望大家把“团结、协作、共赢”的精神风貌延伸到工作中去，为企业的发展贡

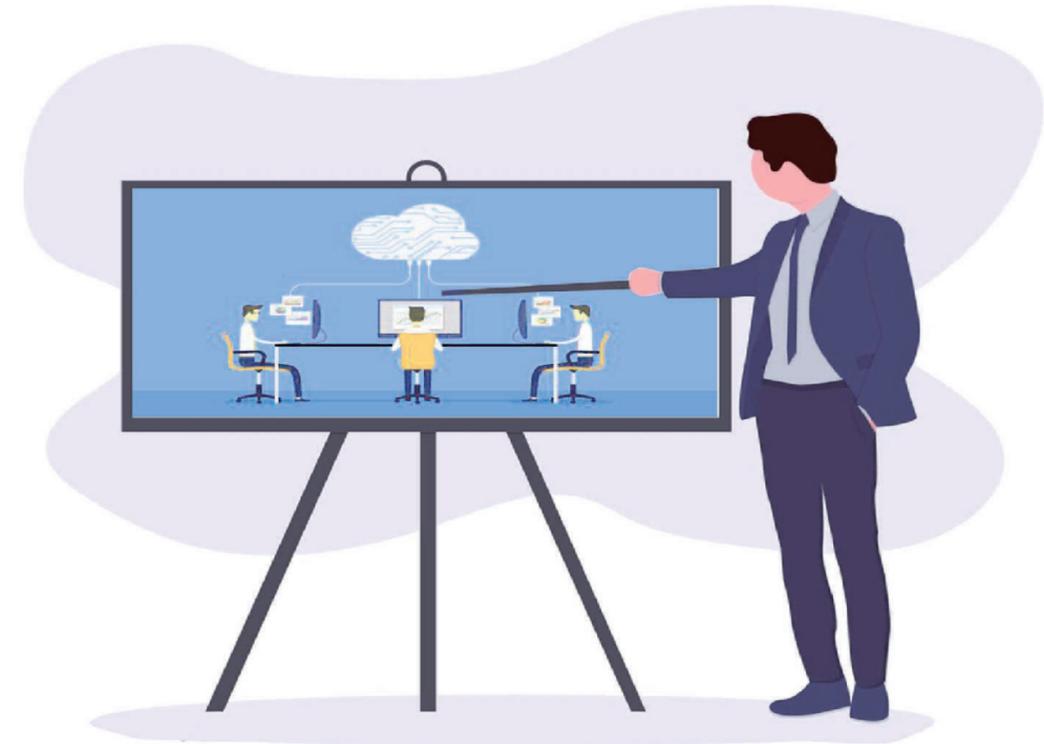
献自己的力量，为实现公司的战略目标而努力奋斗。

本报记者

公益广告



最多跑一次 让群众少跑腿 让数据多跑路



丽水市“最多跑一次”改革领导小组办公室 宣