

炎炎烈日照得整个大厅里燥热起来,有如大明路上的车市心情。刘成理了理领带,目光中充满了焦躁。上午来了几波看车的顾客,基本上都是准备换车的,购买的意愿大都倾向20多万元的中高级家用车,但这个市场竞争从去年开始就已经激烈异常。“选择余地很大,国产、合资以及外资品牌都参与争夺中高级家用车和轿车市场,如同2007年时的小排量车市场,大家一股脑上量,这次是迎接改善型车市的到来。”

刘成是南京大明路上一家国产汽车品牌4S店的销售经理。2007年车市不仅造就了小排量车持续火爆,更成就了他这个销售冠军。但随着2011年起国家取消了小排量车优惠政策后,小排量车市就开始走了下坡路,如今小排量车如同鸡肋,各汽车品牌基本上都在中高端车市拼杀。记者了解到,2009年业界就有人提出“2010年小排量车退市的危机论”,但到了2013年市场还存在,虽然国产品牌纷纷转向中高级市场,但一些合资和外资品牌却开始谋划中国小排量车市场。



空间大 动力足 安全性能高  
“车二代”瞄准的大多是中高级车

# 南京车市改善型消费成市场主流 “小排量车退市危论”再度引发关注

## 改善型消费摒弃小排量? “车二代”拉动了南京车市的升级置换

在业界改善型汽车消费者,被统称为“车二代”。早在2009年底,全球著名市场研究集团益普索(Ipsos)对北京、上海、广州等六座城市18—50岁的网民调查发现,以15万元价位汽车为分水岭,首购用户仅为27%,再购用户高达53%。而在2009年,车市整体遇冷,“车二代”则成了推动车市上扬的主要力量,表现为:进口车市场仍保持良好增长;升级置换客户在车市扮演越来越重要的角色。

东风日产南京一家4S店经理告诉记者,“车二代”多是中国都市精英层,有良好的事业基础,一定的财富积累,收入处于高位增长阶段,有一定的品位和审美能力,无论买房还是购车,综合素质、服务成了他们的主要需求。

“车二代”基本不会再去选择小排量的车型,在他们看来,随着家庭成员的增加,更加需要空间大,动力足和安全性更高的车型。一位业内人士告诉记者,从2005年开始,南京车市就进入了一个高速增长期,推动其发展有两个原因,一是车价开始走亲民路线,5—10万左右车型在市场占到了主导地位,小排量车占到80%以上;二是居住郊区化开始。如今快8年下来,当初这群购车人已经开始换车或者已经完成二次购车。升级置换是未来南京汽车交易的主流,他们大部分都是买中高端车,而不会再买低端小车。

记者了解到2011年南京市商务局的一个数据:该年4月份南京车市中低端汽车销售萎缩,均价在15万元以下的中低档汽车普遍销售不畅。一季度,大明路销量在1.6L以下轿车,销量同比下降14.5%,比上年同期回落23个百分点;排量在1.6—2.0L轿车销量同比下降19.92%,比上年同期回落60个百分点。

业内人士分析认为,中低档、小排量汽车依然是目前南京大众消费的主流,但增长势头有所减弱,不会像前两年那样红火。换购汽车的比例会出现大幅增加。据估计,我国将逐步进入汽车分层消费时代,新车市场增速将减缓,同时,二手车市场增速将会高于新车市场,随后南京小排量车市开始走下滑线,被改善型车市取代。

## 限购猜想逼小排量退市? 广州“限购”后有些车型无人问津

2012年7月1日,广州开始实行“限购”,每月只有1万辆的配额。这引发媒体对南京是否会步其后尘的猜想。

南京交管局一位人士表示,对比两地的城市发展和交通状况发现,单从技术层面讲,南京完全可以出台汽车“限购令”,而且理由更加充分。一位政府人士告诉记者,“限购”毕竟是一个敏感的政策话题,不仅仅需要从一个面上来考虑,更需要从几个面上来求证。

据南京市统计局数据显示,以2011年南京全市常住人口812万人测算,其汽车千人拥有量约为123辆,2012年底,机动车拥有量已达158.53万辆,从2010年起已连续三年以年平均19.53万辆的速度递增,三年新注册汽车之和已逼近香港全港汽车拥有量。这与北京、广州等实施“限购”的城市的汽车保有量已经差距不大了。

在交通方面,南京市102个交叉路口和30余条主干道高峰小时机动车交通流量均超过3000辆,市区路网平均饱和度0.89,主次干道高峰期车行缓慢,交叉口排队严重。从今年开始“限购”是否会提上政府的正常工作日程?这让车市很担忧。

记者从广州同行了解到,在广州限购后,主要受打击的就是小排量车市。在限购政策实行2个月,广州市场不少品牌低于1.4L以下的车型,已经在市场上找不到。小排量车型马自达2目前也只有1.5L车型。而1.0L以下的排量,所受的影响可谓是最大的。QQ0.8L和1.0L排量的车在限购前每个月能卖出几台,限购后一辆也没卖出。

南京市民孙先生在接受记者采访时表示,如果南京会推出“限购”政策,他绝对不会购买小排量车,原因很简单,如果未来想换车还要排队等号,不如一步到位。据了解,不少消费者直接瞄准中高档车或者家用越野车、MPV等,“买小车没有优惠,与其以后再换车,不如一步到位。”这是很多买车人的想法。

## 救市政策是否能扶起小排量? 外资品牌开始谋划中国小排量车市场

自2011年汽车购置税减半、汽车下乡、以旧换新等多项政策退出之后,小排量车市场份额就一路下滑。去年国务院常务会议决定,“十二五”时期将安排60亿元支持推广1.6升及以下排量节能汽车。

新的救市政策对于困境中的小排量车市场而言可谓“久旱逢甘霖”。有人质疑,在当前情况下,究竟需要政策救市还是引导结构调整?

对此,英孚思国际信息咨询(北京)有限公司副总经理郎学红认为,我国汽车市场近两年的消费升级比较明显,新增汽车消费群体半数以上的是二次购车人群,这部分人多数会将目光瞄准中高端汽车市场。60亿元节能汽车补贴资金,为新的节能汽车补贴政策提供了资金保障。从现在算起,60亿元的补贴预算将在未来两年半年内花完。如果继续按照每辆节能车型3000元的补贴金额计算,60亿元将仅够补贴200万辆节能车型。

不过记者了解到,虽然自主品牌开始转向中高档汽车市场,但合资和进口品牌却开始悄悄瞄准小排量车市场。今年5月份,宾利表示看好中国小排量车市场,并且准备为中国消费者专门定制小排量车。日产汽车斥资超过1000亿日元研发专门在中国等发展中国家投产的微型汽车;丰田已在中国广州基地生产小型车。

为何在国内自主品牌纷纷转向中高级市场争夺时,国外汽车品牌却在谋划或者已经实行进军小排量车市的计划。一位业内人士说,如果同样价钱,你会去买小排量的国际品牌还是国产品牌,大部分都会倾向前者,就如同你会拎着LV的包逛街,还是会提着国产箱子逛街,道理是一样。“面子消费,和对国外品牌质量的信赖”这是一种普遍消费倾向。

文/现代快报记者 杨坤