

上海車展豪華館大受追捧

白領出手豪爽買豪車如買菜

內地三公禁令，曾對奢侈品消費施以重拳，雖然目前反腐力度未有絲毫減弱，但是私人消費的崛起，正在填補這一空缺，同時帶動豪華市場強勢復甦。剛剛結束的2017上海車展，豪華館大受追捧，最長排隊入場時間居然超過3小時。各大車企爭相發佈雄心勃勃的中國戰略，並預測未來十年內，內地高端汽車市場的年銷量有望直奔300萬輛。

■香港文匯報記者 章蘿蘭、倪夢環 上海報道



上海車展的豪華館大受追捧，各大車企爭相搶佔市場，未來十年內地高端汽車市場的年銷量有望直奔300萬輛。



豪華展館前排隊「十八彎」，入場需要3小時。記者 倪夢環 攝

豪華車企在華大有收穫

瑪莎拉蒂

入華12年來銷量增長了120倍，已滲透到三四線城市，今年年底銷售網點將從現有的55個擴展至75個。

凱迪拉克

中國已經超越美國，成為凱迪拉克最大的市場，料中國有可能在2020年超越歐盟，成為全球最大的豪華車市場。

奧迪

十年之內，中國的豪華車市場年銷量將從現在的200萬輛增長至300萬輛。

奔馳

2016年全年奔馳在華銷量突破31萬輛，同比增長26.7%，今年第一季度創下新高，期內交付整車數量多達14.49萬輛。

寶馬

2017年第一季度，寶馬在中國市場銷量增長了12%。

賓利

上海車展上，一日內接到了60個長軸版賓利慕尚的訂單。

保時捷

2016年保時捷在中國交付了65,246輛，同比增長12%，為所有市場中增長最快。今年第一季度，中國市場以18,126輛的成績再次成為保時捷最大的單一市場，佔到其全球銷量的30.4%。

邁凱倫

中國賽車文化不斷升溫，今年中國市場的銷量預計達到300輛，去年這一數字已經翻番至235輛。

阿斯頓·馬丁

DB11今年能完成270輛的銷售目標，2016年錄得170輛。

林肯

去年在華銷量同比增速高達179%。

註：據公開資料及媒體報道

整理：記者 章蘿蘭

上海車展專業觀眾首日，豪華館即成唯一一個限流展館。約莫20來歲的蔡小姐正打算購置首輛車，她坦言豪華魅力難以抵擋：「再看其他中低端車，完全就沒了感覺。」另一位葛先生看上去亦不過30多歲，但卻是豪華車老買家，多年前即已入手一輛保時捷，今次則計劃再升級，故已將目標鎖定為超級豪華。

白領出手同樣闊綽

日前貝恩公司透露，內地新生代的消費行為，已引起諸多私募股權基金的強烈關注。若查看豪華的潛在客戶群，即能體驗一把PE的敏銳觸覺。年輕的民營企業主不待言，即便是收入平平的公司白領，將寶馬、奔馳、凱迪拉克列為購車計劃的亦比比皆是。凱迪拉克中國區副總裁安德里亞斯·沙夫(Andreas Schaaf)在車展上透露，凱迪拉克中國客戶的平均年齡僅為32

歲，其中40%為首次購車者。瑪莎拉蒂亦提到，其客戶平均年齡僅為30多歲，其中38%為女性。

連續數日出擊豪華展台的陳小姐今年26歲，在一間普通國企任職，其月入不過8,000元人民幣，但亦懷揣着「平民豪華夢」。「你看我的包都是LV、Chanel，開的車至少也得是輛寶馬、奔馳吧！」陳小姐倒也直接：「我有些積蓄，不夠就貸款，再不行就找父母借點。」看來內地年輕一代出手闊綽，或將為豪華車市場注入源源不斷的內生動力。至於民營企業家及「富二代」們，當然更加不吝重金。

貸款購房不如買車

內地知名經濟學家宋清輝在接受本報採訪時指出，新生代思維和消費觀念都很超前，相較於貸款買房，他們更願意買豪華車，因為豪華車不但能滿足虛榮心，或許還能助其拓展高級「朋友圈」。眼下豪華車

企也審時度勢，推出越來越多的年輕化車型，以滿足新生代需求，這也是豪華銷量能迅速探底回升的重要因素之一。

受中國經濟整體增長放緩、反腐重拳出擊等多重影響，2013年起，豪華車在華銷量漸漸「趨於理性」。至2015年，寶馬更是10年來首現銷量滑坡。2016年，豪華市場觸底反彈，調頭向上，其中林肯在華銷量同比增速高達179%，瑪莎拉蒂、邁凱倫和保時捷則取得了歷史上最好的銷售成績。

車企在華銷量急增

彭博行業研究發佈的數據顯示，目前法利和和斯頓·馬丁在內地市場的銷量，正在接近2013年的峰值水平，而2014年這一數值還猛跌超過20%。彭博行業研究分析師Steve Man認為，內地的消費者已經從之前一段時間的消費低迷中走了出來，重新燃起了對豪華車的熱

情，即便去年底出台了對130萬以上豪華車加徵10%消費稅的政策，也沒有減弱這部分人群對跑車的購買慾望。

「我們這款房車已經沒有現貨了，如果你現在訂購的話，需要等候45天。」上海車展奔馳展區的一位銷售人員告訴記者，目前很多車型都已賣出，且沒有現貨。2016年全年，奔馳在華銷量突破31萬輛，同比增長26.7%，今年第一季度創下新高，期內交付整車數量多達14.49萬輛。

國產品牌搶攻高端汽車

車主鍾愛豪華車，國產品牌也想近水樓台先得月。吉利旗下高端品牌LYNK & CO(中文名「領克」)本月在上海車展上完成內地首秀。數月前，LYNK & CO率先在瑞典哥德堡發佈。長城汽車集團公司也在上海車展上正式發佈了第一款高端品牌WEY新車型。

吉利打造高級車聯網

LYNK & CO在內地甫亮相便推出一系列豪華服務。吉利承諾，LYNK & CO將享受終身免費質保、終身免費道路救援和終身免費數據流量等「大禮包」。據悉，為了從傳統高端汽車競爭者中脫穎而出，LYNK & CO標配的車聯網功能將達到新高度，所有汽車均將搭載信息娛樂系統，擁有免費交通數據連接，司機和乘客將能夠在全球範圍內獲取實時交通數據。

事實上，近年來中國自主品牌已漸漸打出自己的天地，此時搶攻高端車市場亦在情理之中。中國汽車工業協會公佈的數據顯示，2016年自主品牌乘用車年銷量首次突破1,000萬輛大關。其中，吉利汽車銷量同比增長50%；長安品牌乘用車全年銷量



全球唯一千萬級鈦金屬超級跑車Iona Vulcano Titanium在車展上備受關注，官方公佈售價為6,680萬元。

記者倪夢環 攝

128.45萬輛，同比增長27.6%，同時，長安的自主品牌乘用車已經超過合資品牌；廣汽傳祺同比增長96%，利潤貢獻率已超越同門多數合資品牌。

分析人士認為，從合資品牌一統天下，自主品牌低端起步加入競爭，再到如今自主品牌邁入「新高端」領域，汽車市場競爭的多元化時代正在到來。

瑪莎拉蒂線上售車攻城略地

中國新生代消費能力驚人，豪華車企眼見錢途無限，紛紛加足馬力，度身打造中國戰略。瑪莎拉蒂深諳其道，鑒於中國年輕人熱愛網購，瑪莎拉蒂早在去年，即開始在淘寶天貓開設旗艦店。旗下首款SUV Levante 350在天貓獨家首發，底價為99.98萬元(人民幣，下同)，首批100台瑪莎拉蒂在18秒內被搶購一空。

有指瑪莎拉蒂線上旗艦店全年Levante訂單超過300台，大部分來自沒有授權經銷商的地區。值得一提的是，瑪莎拉蒂並推出了花式購車金融政策，有些車型首付僅需約30萬元，目標似乎直指並不多金的中國年輕消費者。

凱迪拉克華市場超越美國

自2004年進入中國以來，瑪莎拉蒂12年來銷量增長了120倍。2016年，瑪莎拉蒂全球市場銷量為4.2萬輛，中國地區銷量超過1.2萬台，已佔到全球市場份額的28.6%。同時，中國已成為瑪莎拉蒂Quattroporte總裁轎車全球最大市場。在上海車展上，瑪莎拉蒂CEO雷德·比格蘭德難掩興奮之情，他反覆強調，中國已逐漸成為瑪莎拉蒂最為重要的市場，並透露瑪莎拉蒂正不斷滲透到三四線城市，料至今年年底，瑪莎拉蒂銷售網點將從現有的55個擴展至75個。



賓利CEO Wolfgang Durheimer指曾在一日內接到60個長軸版賓利慕尚的訂單。

新華社

瑪莎拉蒂當然不會是內地消費市場迅速擴張的唯一受益者。據凱迪拉克中國區副總裁安德里亞斯·沙夫透露，中國已經超越美國成為凱迪拉克最大的市場。

凱迪拉克在美國第一季度銷量降至33,982輛，而在華汽車交付量則飆升至39,414輛，其中超過三分之一的銷量來自其XT5 SUV汽車。

賓利CEO：一天接60張訂單

沙夫預計，中國豪華車銷量今年將繼續增長11%，超過汽車市場的總體增幅，而且中國有可能在2020年超越歐盟，成為全球最大的豪華



中國已經超越美國，成為凱迪拉克最大的市場。

記者章蘿蘭 攝

市場，未來十年內，豪華車在中國的市場份額將從現在的約9%增至15%。

上海車展的巨量客流，以及紛至沓來的訂單，同樣令豪華車企信心倍增。賓利汽車CEO Wolfgang Durheimer就對媒體透露，他試過一日內接到了60個長軸版賓利慕尚的訂單。

在奧迪CEO施泰德看來，由於個人財富不斷增長，以及民營企業蓬勃發展，十年之內中國的豪華車市場年銷量將從現在的200萬輛增長至300萬輛：「具體是兩年、還是三年內會達到這個數字不重要，至少十年之內，中國豪華車市場肯定將快速增長。」

王思聰千萬購勞斯萊斯

上海車展豪華雲集，愛車的大人物們亦偷偷潛入，一擲千金掃貨。據稱，內地首富王健林之子王思聰，便在上海車展上一口氣訂購了兩輛勞斯萊斯。

2017上海車展媒體開放日上，勞斯萊斯展台的確影特別版(Inspired by Fashion，中文譯為「摩登鋒尚」)就掛出了「已售」的標誌，據稱買家正是內地首富王健林之子王思聰，他同時還下單買了一輛勞斯萊斯魅影，兩款車定價均在600萬元以上。數日後，本報記者來到勞斯萊斯展台，前述兩輛勞斯萊斯均已不見蹤影，原先

的展位則用同款不同色的車型替代。銷售人員告訴記者，王思聰已將車提走。

王思聰愛車不是秘密，法拉利、林寶堅尼等豪華品牌均受其青睞。有網友稱，此番王思聰即是開着林寶堅尼，赴上海車展掃貨。但其新寵極有可能是勞斯萊斯。有爆料指，去年王思聰就曾像「買菜一樣，刷卡提了一台勞斯萊斯曜影」。

豪華是內地富豪們的標配，馬雲的邁巴赫、王健林的奔馳與奧迪、馬化騰的沃爾沃，可見富豪們對座駕的品味形形色色，真是蘿蔔青菜，各有所愛。



有傳王思聰在上海車展一口氣訂購了兩輛勞斯萊斯。資料圖片