

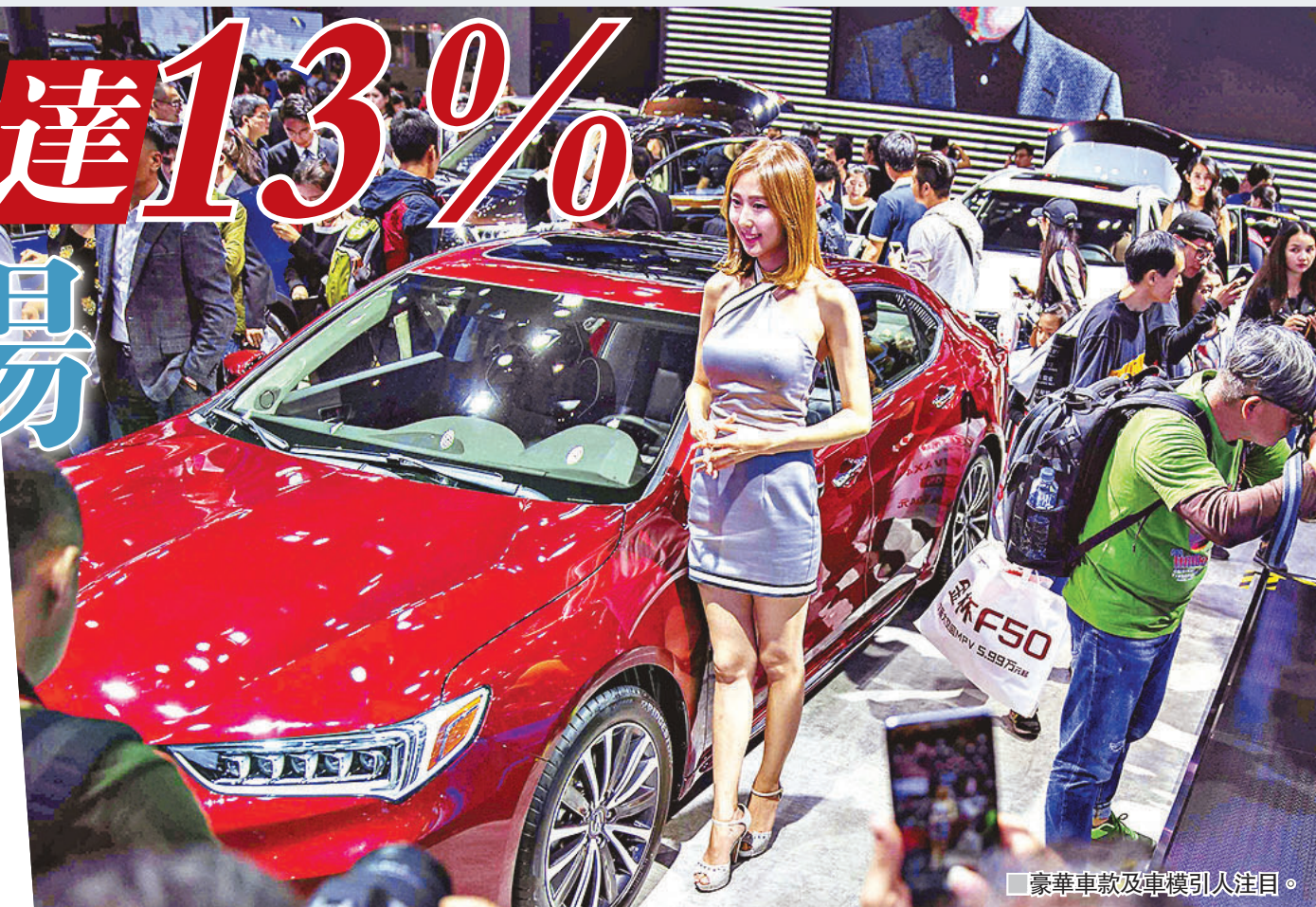


■奔馳新車成為焦點。

第十五屆廣州國際車展11月17日至26日在廣交會展館舉辦，這是每年北京、上海和廣州三大車展的收官之作。由於臨近年尾，廣州車展成為2018年市場走勢的風向標，各大企業紛紛佈局明年市場，國際大品牌汽車和自主品牌車在展場上同場競技。其中，有標價超過100萬元（人民幣，下同）的豪華車，亦有低至10萬元以下的經濟車型，各自使出渾身解數吸引消費者。不少車企還在場內打出優惠價促銷，有車企減價幅度達13%。

■文／圖：香港文匯報記者 帥誠 廣州報道

# 新車最多減價達13% 穗車展旺場



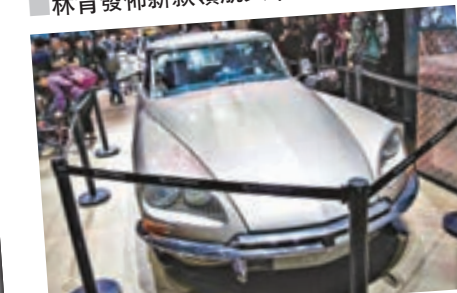
■豪華車款及車模引人注目。



■林肯發佈新款領航員車型。



■國產高級品牌長城WEY發佈概念車。



■DS展會現場展示經典復古車型。



■沃爾沃XC90新車亮相。



■售價近110萬元人民幣的奔馳邁巴赫S680。

在車展現場，國內外車企產品可謂異彩紛呈。其中，奔馳展出邁巴赫S 680和EQA概念車等34款車型；寶馬則攜同BMW家族6個車系新能源車型亮相；自主品牌方面，長城WEY P8、本月底上市的領克01「時間限量版」、漢騰X7S，以及寶駿530等車型較為矚目。

## 車迷到場賞豪華車

其中，標價109.8萬元的奔馳邁巴赫S 680，因流淌着超邁巴赫血統，其標準跑車內飾吸引了不少市民圍觀拍照。專程從東莞趕來參觀車展的葉先生表示，平時街上很難見到的高級車型，在車展上不僅能見到實物，甚至還能夠坐進駕駛室親身感受，十分難得。

長城汽車推出的高級車型WEY P8則可謂車展上一匹黑馬，其中世紀鎧甲面罩式的排氣口和極具科技感的外形設計，配上鮮紅色的亮漆，使得該車在奔馳和寶馬等一眾世界高級品牌環伺之下毫不遜色，該車明年上市，暫無報價。至於寶馬車廠推出的寶馬5系插電混動車，標價69.86萬元。豐田皇冠2.0T運動版

標價29萬元，上汽榮威RX3市場指導價為8.98萬元至13.58萬元，這是車展上SUV車型的最低價。

## 廠商紛推優惠吸客

由於廣州車展臨近年尾，對各大汽車品牌來說是年底衝擊銷量的最佳時候。各車廠紛紛拿出最大優惠吸引消費者，一方面可以清理庫存，為新車上市讓路，同時可以通過今年最後一次大型車展衝擊銷量。車展期間購車成了消費者能拿到最大優惠的好機會。

在一家合資品牌的某款SUV前，銷售人員透露，平時這款車淨車價要23萬多元，車展期間能提供3萬元優惠，減幅約13%，幅度超過今年任何一次促銷。

在長安福特、廣汽豐田等中外合資品牌的展位，因現場展示的多為價格適中的抵買「親民」車型，大多數真正有買車意願的普通消費者往往聚集於此，寧願排長隊亦要親自感受一些理想車型的外觀內飾。豐田展位發售的皇冠新款車型，取消了2.5L的動力總成，加上更具運動感的內飾設計，令該車型對於年輕消費者更具吸引力，亦更具市場競爭力。業內人士認為，此前皇冠主要以高級車市場為主，現在售價36.98萬元的2.0T車型或將停產，未來皇冠的競爭對手可能會變為邁騰、雅閣和凱美瑞等中低級車型。

## 環保理念受重視 新能源車成主流

隨著對環保理念的不斷重視，加上備受矚目的「雙積分」政策近期終於落地，新能源車型受到市場的高度關注。在2017廣州國際車展上，廣交會展館專門闢出一整個展館的空間，展示國內外各大汽車品牌的新能源汽車，包括WEY、寶馬和漢騰等在內的新能源車型開始嶄露頭角。

### 各品牌加大科研投資

之前由於合資品牌在內地市場根深蒂固，自主品牌傳統燃油車的發展受到了極大壓制和阻礙。近兩年來隨着環保問題愈來愈受到重視，加上汽車互聯網概念異軍突起，自主品牌迎來了與合資品牌公平競爭的機會。目前，自主品牌不斷加大在新能源領域和智能化領域的科研投入。

眾所周知，當下新能源汽車的最大痛點是續航能力，除了車載電池本身容量有限，充電樁或加氣站的普及程度不夠亦是影響新能源汽車銷量的一大因素。在本屆車展上，各大汽車廠商迎難而上，加大新能源領域的研發

力度，紛紛亮出自己的最新環保車型。

### 日產聆風續航力矚目

中日合資品牌東風日產在其發佈會上展出了全球首款量產零排放車型「日產聆風」。這款車在全球49個市場累積銷量已近30萬輛，電動汽車全球銷量第一。在消費者最為關心的續航表現上，該車型通過搭載體積更小的鋰電池組，續航里程可以達到400公里，電動動力總成系統最大功率達110kW，最大扭矩達320Nm。另外，全新聆風汽車配套的智能手機應用界面採用了新設計，車主可實時監測車輛的充電狀態，設置充電速度，在駛入充電站之前做好車輛預熱或冷卻準備，可謂焦點十足。

除此之外，各大世界知名廠商均帶來了新能源車型，例如寶馬5系推出的插電混動車型僅在外形、內飾小部分細節上變動，其搭載的鋰電池純電動力續航里程可達61公里，比海外版車型有所提升。



■2017廣州國際車展人潮爆滿。

有專家表示，雖然不少消費者對於傳統內燃機車型依然有着極高的擁護度，但電動車時代注定會不期而至。目前來看，各個廠家皆在通過加大電池組容量來提升續航里程，以及採用不斷豐富驅動形式的做法來改善駕駛感受。長此下去，相信未來的電動車市場和電動車駕駛感受，均會得到大大改善。



■寶馬發佈Z4概念車型。

## 歐舒丹看好內地市場發展

香港文匯報訊（記者 吳婉玲）歐舒丹（L'OCITANE，0973）公佈截至9月底止中期業績，盈利1,107.7萬元（歐元，下同），按年下跌57.38%；每股盈利0.8仙；不派中期息。副主席兼亞太區常務董事賀康祖出席記者會時表示，看好中國內地市場發展，其貢獻有望由現時的第三大升至第二大。

### 中期少賺57%不派息

期內，銷售淨額5.48億元，按年跌0.63%，按固定匯率計算則增加1.1%。直銷銷售額佔銷售淨額72.4%，達3.97億元，按固定匯率計算增加1.1%。直銷銷售額增長主要受到新開設及經銷新店舖與自營電子商務渠道所推動，同時

亦受到網上商城和水療業務帶動。期內集團全球自營零售店舖網絡總數增至1,519間。

### 未來續投資網上平台

集團網絡直銷渠道（包括自營電子商務與網上商城）在期內的增長尤其強勁，按固定匯率計算上升22.6%，相當於直銷銷售總額的12.9%。增長受惠於中國內地天貓成功的品牌大使活動所推動。賀康祖表示，未來集團將會繼續投資網上平台及數碼推廣，現時數碼渠道佔整體推廣預算60%至70%。

他又指，集團在雙11活動中，天貓銷售額按年增長低於八成，較預期中少，但仍看好內地市場發展；相信未來

內地市場業務的比重會由現時的第三大升至第二大，集團會繼續專注於天貓的發展。

期內，中國內地的銷售淨額為6,000萬元，較去年同期增長18.2%。按固定匯率計算，增長為22.7%。強勁增長主要由同店銷售增長15.8%所帶動，受惠於零售市場復甦以及藝人鹿晗參與的成功市場推廣活動在線上線下持續吸引流量。

香港市場方面，期內銷售淨額為5,110萬元，較去年同期增長0.4%。按固定匯率計算，增長為2.6%。賀康祖表示，10月本港同店銷售錄得正增長，11月初至今本港同店銷售有雙位數增長。



■賀康祖（右）看好內地市場發展。

香港文匯報記者吳婉玲 攝