

中國經濟發展進入新常态，國務院總理李克強在政府工作報告中提及政府將深入實施大氣污染防治行動計劃，其中包括推廣新能源汽車。政府為推廣新能源車，也相繼推出了一系列優惠政策。近日在上海舉行的2015年上海國際車展，新能源車成為重點，佔了參展車的三分之一。同時，為應對行業的放緩，多個品牌還加入降價行列，並制定新的銷售策略應對，將重點轉向更受歡迎的緊湊型車及SUV。

■香港文匯報記者 胡璋燦、孔雯瓊 上海報道

2015車市

主打新能源 車企忙佈局

中國近幾年一直是全球最大的汽車銷售市場之一，但去年起中國的汽車產銷也面臨增速放緩的局面。為撬動新市場，新能源車市場已成為各大車企爭相佔領的新高地，各車企目前都在加速佈局新能源汽車。

103台新能源車展出

今年的上海車展吸引了18個國家和地區近2,000家車企參展，共計展出1,343輛汽車，其中109台新車全球首發，數量達到歷屆之最。展出的新能源車數量也攀上新高，共展出103台，其中中國51台，國外52台，從電動、混合動力到氫動，每十三台在展車輛中就有一台新能源汽車，且價格區間跨度較大，從十

多萬元（人民幣，下同）至近百萬元都有展示。不少車企都表示，新能源車將是接下來研發及業務拓展的重點，未來中國地區也是新能源車的主要市場之一。

寶馬最先發力獲佳績

在去年中德簽訂電動車協議之後，德系跨國車企開始加速佈局中國新能源汽車市場。寶馬作為最先發力中國新能源車市場的豪華車企，已推出多款新能源車。在本屆上海車展上亮相的寶馬i系列豪華電動車，目前以進口形式在中國銷售，售價約44萬至52萬元。

官方數據顯示，寶馬純電動車型i3去年在全球已獲得1.6萬輛的銷售佳績。寶馬530Le也已於年

初在華上市，售價69.86萬元起。同時，寶馬X5插電式混合動力車正式全球首發，根據規劃，寶馬還將推出多款插電式混合動力車型。寶馬集團中國區業務主管Karsten Engel表示，未來幾年寶馬將把開拓中國新能源車市場作為重要業務，並預測中國將在2020年之前取代美國，成為全球最大的電動汽車市場。

大眾全力迎戰博後上

旗下囊括大眾、奧迪、保時捷、賓利等多個品牌的汽車企業，也在新能源汽車開發上馬力全開。據大眾中國總裁兼CEO Jochem Heizmann介紹，繼大眾在華推出的首款電動車上市後，大眾品牌將在2015年

向中國市場發布多款售價或在20萬至40萬元區間的車型，本屆車展上已有多款首發新能源車展示。Jochem Heizmann還表示，未來大眾汽車將在中國實現15款新能源汽車國產，同時還將引進20餘款進口新能源汽車，以期在2020年實現年產銷幾十萬輛的規模。

其他各大品牌也都攜最新新能源車亮相上海車展，全球關注度最高的電動車特斯拉攜三款亮相，其中最高售價達95.3萬元。雪佛蘭旗下新款新能源概念車售價或定為18萬元。

從能源類型看，混合動力仍然佔比較大，純電動車正處於上升階段，而部分車企在氫動車研發上取得突破，但尚未量產上市。



■奧迪全球首發 Q7 e-Tron 2.0 TFSI quattro 新能源車。 胡璋燦 攝

在汽車行業未來發展前景上，不少業內專家都認為互聯網+概念會帶給汽車全新的機遇。中國智能交通協會理事吳忠澤認為，中國汽車大數據時代已經到來，未來互聯網與汽車行業加速融合。中國汽車工業協會常務副會長兼秘書長董揚也認為，互聯網會對汽車產業產生全面的巨大的影響。智能網聯汽車對於汽車整個使用、從製造到產品本身到使用整個過程的改變，甚至於對汽車社會的改變。特別是今年中國多地交通擁堵問題凸顯，也加速了人們對車聯網及其高科技車聯網系統的需求。

數據資源之協調存挑戰

不過，挑戰也時刻存在，吳忠澤指出，目

前中國汽車廠商眾多相關數據缺乏統一標準，且基於汽車大數據的產業鏈尚未形成，目前缺乏對分散的數據資源的有效協調。董揚稱，多數人對推進中國智能網聯汽車持懷疑態度，也影響到這個領域的發展。

另外，董揚認為，目前新常态下的中國汽車產業產銷增速有所放緩，但強調這並不影響中國汽車市場仍然是全世界增長最大和最快的市場。從數字來看，從今年一季度中國共產銷生產汽車620萬輛，銷售615萬輛，同比增長3.7%和3.3%，其中乘用車產銷分別增長10.3%和9.4%，商用車下降22%和19%。這個數字也說明中國汽車的主要市場依然健康。

熱度不減：小型車和SUV

儘管中國的汽車總體銷售較以往放緩，但運動型多用途汽車（簡稱SUV）卻保持了穩定增長。不少車企都透露，將把更多目光放在小型車和SUV上。尤其是，市場對於SUV熱度的攀升使其成為熱點，本次車展上共有25款SUV車型亮相，其中緊湊級SUV產品仍然佔多數。

因應新常态 寶馬跟潮流

寶馬中國區業務主管 Karsten Engel 表示，公司正在適應當前略有下滑趨勢的新常态，已經在華削減產出，減少向經銷商供應車輛，確保庫存不會太高，第二季度仍將如此。寶馬集團負責營銷和銷售的董事會成員 Ian Robertson 透露，寶馬部分在華銷售車型價格已經下調，產品分配上將減少對中國市場大型車的供應量，將重點放在產品小型化和下探方向上，SUV和緊湊轎車將是其在中國市場的主要增長區



■SUV成為本屆車展的一大熱點。 胡璋燦攝

域。即使是不受車牌限購限制的電動車特斯拉，也將迎合中國市場推出SUV。

特斯拉北區銷售總監王湜透露，明年他們將在中國市場引進其SUV車型Model X，續航里程將比Model S短約10%-12%，空間可容納七人乘坐。



■本屆車展共有47款概念車亮相。 胡璋燦 攝

今年話題：減價

中國汽車工業協會公布的2015年1季度汽車銷售數據顯示，汽車銷量同比增速從2014年1季度的9.2%下降至今年1季度的3.9%，且預計汽車銷量疲軟之勢將延續。為了刺激銷售，最近多家車企都在積極參與「降價潮」，包括自主品牌和外資車企，例如福特汽車和

大眾汽車最高降價幅度達到10%，寶馬、凱迪拉克等中高端品牌也位列其中。

新興行業涉足添競爭壓力

有不具名大型汽車企業內部人士承認，以往該廠汽車產銷增速大幅超過GDP增速的3至4倍，但自去年起隨着大環境的影響，銷量

速度明顯放緩，到了今年一季度，索性已經跑不過GDP增速。該人士將原因歸結為中國經濟放緩導致。同時，愈來愈多的新興的行業及公司也涉足了汽車領域，也分去現有汽車廠家的一杯羹。

拍牌限制等政策疊加利淡

有寶馬上海地區4S店的經銷商向記者坦言，中國持續深入的反腐，嚴重影響到買主的需求，店內豪華車銷量近一年持續下滑，截至3月已經同比下降近7成，許多銷售人員也都紛紛離職轉行。特別是上海、北京等城市，受到包括拍牌限制、出行限制等多重對車市利空的政策疊加，使得經銷商「很受傷」。

業內人士表示，除經濟大環境和反腐導致汽車銷量放緩外，大城市的消費者還受到拍牌限制等因素困擾，也使得相當一部分人延後了購車計劃。

專家：互聯網+汽車將到來



■身材健壯的「擦車硬漢」成為現場觀眾的焦點。 胡璋燦攝

花絮 車模變身禮儀小姐

今年上海車展取消車模，部分廠商不再使用站車模特，卻在禮儀小姐、顧問等人員上下足了功夫。據了解，這些禮儀小姐中，一部分就是由原來職業的車模轉型而來，分別擔任現場引導或前台接待。某頂級豪華車品牌的一位美女顧問透露，她們在車展前接受了短期培訓，學習該品牌的基本知

識，以及對展台上的車作簡單了解，但所謂了解，也僅限於它們的價格、排量、長寬高、特點、主要客戶群等。若遇到觀眾諮詢專業問題，她們會將觀眾引向真正的專業顧問。「硬漢擦車工」吸睛 為了吸引觀眾目光，車企也各出奇招。除禮儀小姐外，身材健碩、面容俊俏的「硬漢擦車工」身著禮服的美女畫家現場作畫，還有身著女僕裝的美女舞者獻上青春洋溢的舞蹈表演，都吸引到許多觀眾的駐足。而大眾、奔馳、寶馬、保時捷等德系品牌，則一律備僱金髮碧眼的外國清潔工，也在車展上形成一道特別的風景。

■美女禮儀成為本屆車展上一道靚麗風景。 胡璋燦 攝