

汽车广场 新闻部

负责人:李树政

电话:13837664028 13939719317

邮箱:xywbbsz@126.com

降价遍地开花 冷市或将持续至8月底

近日,笔者多次听到“市场已不如以前”之类的话。甚至有人说:“我们连续几天都没交车了,而且近一周的来店量也在明显减少。再过几天气温一升高,来店看车的人恐怕更少了。”

回望两年前井喷的车市,如今也只能望“车”兴叹。据了解,目前车市不仅在快速下滑,而且部分车型的降价幅度在本周已经高达3.5万元,从降价波及的范围和幅度可看出,这个夏季的车市实在有点“冷”。

相比于前几周,近期本土降价车型又增加不少,主要表现在覆盖面上,基本是在成倍增长,其中,就连前几个月受日本地震影响而货源紧张的车系也开始放松价格,吸引消费者,试图夺回流失的客源。

据了解,本次降价的车型涉及低、中、高全部阵营,在收集的降价信息中,最低降价的都有1万元,高的甚至达到了4万元。如比亚迪F3白金版、凯越、秀尔降价均在1万元至3万元,其中,比亚迪F01.0升2011款裸车价仅售2.7万元,价格如此低廉的车降幅也逼近2万元。同时,消费者现在购新君越最高可省3.5万元。

另外,从全国近10大城市车价监控来看,加入降价行列的车型也是与日俱增,促销车型基本涉及到每个级别的市场上。而且,其单车降幅也在逐渐上升,多在10%以上。

“目前,虽然车市降幅已经达到了一定高度,但还未到白热化程度,接下来两个月车价还将下行。”分析人士指出,中级车的降幅还有很大空间,价格战也将一触即发。

面对当下的颓势,商家也不看好未来两个月,认为整体形势不会出现明显改观,压力还会增加,这段时间将是考验商家实力和销售能力的时候。

“最关键的是接下来的7月、8月份,这两个月是车商最难熬的日子,过去了或许就会好些。”在商家眼中,后两个月的形势也不乐观,到了9月,车市预计将出现好转。

以往年经验分析,每年的6、7、8三个月都是市场淡季,主要是因天气炎热出门看车的人会大幅减少,虽然今年还未出现高温,但暴雨相比高温对车市的影响是有过之而无不及。

不过,虽然车市已经进入考察期,但仍有不少乐观商家表示,只要顺利度过7月、8月,下半年车市同样值得期待。另外,随着金九银十的到来,市场将再次走高,出现下半年来一个井喷期。(张伟)



马自达6

日产涂乐



保修政策, 养车成本的低廉为理念的车主们解除了后顾之忧。

在广汽本田旗下,雅阁无疑是一款王者车型——称霸国内中高级车市场长达10年,从北美到国内,以巨大的保有量和销量,良好的品质和工艺,在全球范围内均获得了极高的声誉。

而一款A0级自主品牌轿车,理念S1以广汽本田12年的积累为基础,站在巨人肩上,与雅阁“同宗同源”,不仅与其共线生产,拥有相同的品质保障体系,同时也在同一个销售网络中销售,并享有相同的售后服务体系,这使它真正具备了与广本品牌“技术同步、品质同源、服务同网”的核心竞争力,在目前同级别的车型中尚属首个。(邓艳)

广汽本田理念S1——高品质打造“新基准国民车”

已于近期上市的国内首款合资自主品牌车型——广汽本田理念S1自诞生之初就瞄准了国内二三级市场,6.98万元的超低价格定位,本田全球先进的经济型车生产平台打造,一经问世就受到了业界的一致好评,在同级别经济型用车中脱颖而出,受到广大成都和周边区域消费者的热捧。

它的性价比优势不仅仅体现在售价上,超低的油耗更满足了车主在后期使用过程中经济实惠和便利。理念S1三款动力系统的综合工况油耗分别为:1.3AT 6.11L/100km、1.3AT 6.91L/100km、1.5AT 6.91L/100km,继承了本田车型一贯的节能优势,在油价高企的今天,这保证了用车成本不会高,给广大消费者带来更多实惠;同时以广本的品质做保证,理念S1零部件配套成熟,上市时厂家做出了“整车三年或十万公里”的保修承诺,这是国内经济型轿车市场上领先的整车

车市评弹

中国的2011和美国的1916

何醒言

在经历了2010年年销量近1800万辆的“狂飙突进”时代之后,每一个身处中国汽车业的人似乎已经习惯并接受“汽车第一大国”的桂冠,即使在今年上半年车市增速迅速放缓的情况下,也没有怀疑过这一点。

巨大的销量和似乎永远也看不到尽头的增长让我们习惯性地忽略我们所处的阶段,虽然几乎人人都知道我们的千人汽车保有量甚

至与马来西亚、泰国这样的发展中国家还距离甚远。我们的汽车社会到底发展到什么程度,可能众说纷纭,但至少有一些具体的数字是可以参照的。

一个有趣的现象是,1920年前后的美国,在汽车消费方面和我们目前所处的时代非常接近。这得益于美国从立国开始就建立的一套非常完备的人口统计制度。从立国开始,美国每10年进行一次人口普查,根据历史数据:1910年的美国人口为9222万,1920年的美国人

口为1.602亿。而另一个数据则显示,1916年的美国全年汽车销量超过了100万辆。这表明,在美国上世纪20年代前后,其全年的人均汽车消费量与目前的中国相当。

如果以1920年作为一个节点,会发现许多有趣的现象:第一届底特律车展创办于1907年,参加的厂商只有17家,车辆不过33辆,距离1920年的发展期超过10年。而第一届北京国际车展则创办于1990年,当年只有2万平方米的展位,且展车绝大多数为商用车,距今超过20

足不出户,爱车大管家为您代劳

入夏以来,天气酷热,人们工作忙碌,很多车主都乐意“坐享其成”。无论是买车险,还是做理赔,更多车主都开始选择足不出户的电话车险。近日笔者获悉,平安电话车险推出爱车大管家服务,让车主在家中就能享受平安的理赔服务。“把你的烦劳,留给我们,平安服务,尽情享受”成为平安电话车险服务的真实写照。

平安电话车险就是车主爱车出故障要求理赔时,车主通过电话跟平安电销人员取得联系,再确定服务有效后,车主准备好必备的理赔资料,由工作人员上门代取,让车主在家中就能享受理赔的服务。一位平安电话车险的负

责人这样说:“平安电话车险就是车主的大管家,管家的职能就是让客户享受到最方便、最贴心的服务。”电话车险这种“足不出户”的投保模式,成为这项服务推出以来,车主热衷于平安电话投保的原因,也是目前平安电销日呼入量急剧上升的一个重要表现。

平安电话车险推出的爱车大管家又是怎样让车主享受到这种“足不出户”的理赔服务呢?记者了解到:只要是在平安电话车险投保的车主,资料齐全,且收款人账号为被保险人本人,确定赔付金额在2000元(含)以下的纯车损案件都可以让“爱车大管家”为自己服务。爱车大管家的服务方式可以是客户主动拨打4008-000-000要求享受该项服务;也可以是平安客服人员根据清单主动联系客户,了解服务需求,并根据客户的需求提供服务。

一些享受过爱车大管家服务的车主就感慨说:爱车大管家的服务方式,让我们在整个流程中,时刻感受到“平安就在身边”的优待。买平安不仅是买保险,更是买舒心。(平安)



安阳·恒大绿洲开盘全城劲销

印证恒大时代传奇



安阳·恒大绿洲开盘盛典上彩球飞舞,烟花璀璨,一派热闹的景象。

开盘劲销2.5亿元,85折优惠赢得民心

7月3日,恒大地产安阳新区精品项目——安阳·恒大绿洲火爆开盘。首次开盘便引得数千人疯狂抢购,现场异常火爆场面与人气注定该项目将成为安阳楼市经久不衰的话题。记者了解到,安阳恒大绿洲首期推出近1000套房源,吸引了近千名购房者到场,一举打破安阳房产市场开盘历史销售纪录,这样的成绩单也再一次有力地证明了恒大地产大企业的非凡实力与王者气魄。据悉,恒大绿洲开盘当天劲销2.5亿元,目前火爆销售场面持续进行中。恒大绿洲开盘热销得益于“世界级皇家园林、国际级航母配套、满屋名牌9A精装”精品战略,“精装修+高端配套+园林实景”销售模式以及“开盘必特价、特价必超值”全国战略性推广方针的有机结合。

许多购房者都十分激动地表示:“此次恒大集团推出的85折优惠很符合民心,恒大集团有心利于民,不搞噱头,这种做法的确是一个优秀企业

的作为。”

一位业主接受采访时说,看过很多个项目,最终还是选择了恒大绿洲,不仅仅是看中了这个位置的升值潜力,更看中的是恒大的品牌、项目的综合素质。采访中,笔者还发现许多客户已经通过恒大绿洲,对恒大“精品”质量有所体验。

全实景世界级皇家园林,尽显恒大雄厚实力

在安阳·恒大绿洲项目园区内,恒大系列产品惯用的大手笔园林营造手法震撼人心。由超大规模内湖叠喷泉水系、水平台及欧陆新古典主义雕塑等组成的皇家园林与项目中心内湖交相辉映,美不胜收。项目首期打造近20万平方米城市生态精品御湖豪宅,30000平方米森林水景园林,以7800平方米中央大湖为景观核心,连接观水亭台、凌波木栈道等几大景观组团,形成一横一纵两大中央景观轴线,三大庭院景观组团,令人流连忘返,陶醉其中。笔者了解到,为营造“一步一景,移步异景”的自然生态风貌,在树种选择上,恒大更



欧式园林的恒大绿洲院内景色。

是不惜高成本投入,从全球各地采购100余种珍贵成品绿植,并经过科学的规划布局,整体景观尊贵、典雅,形成一个临湖而建、环水而居的生态场

所,创造出城市中极为稀缺的自然生态,带给业主绝佳的自然居住环境。

一位正在踩盘观摩的地产商感慨地告诉笔者:“一般来说,全国的社区园林都是在经过前期销售回笼资金以后慢慢完善的,而像恒大这样开盘前就以大手笔营造园林的做法,如果没有雄厚的资金实力和强大的品牌支持,是很难做到的。”

安东千亩大盘,国际级航母配套

恒大绿洲整体规划用地千余亩,安东气势大盘,不吝巨资打造国际级航母配套,5200平方米皇家会所完美展现欧洲中世纪皇室建筑的精髓,超五星级豪华装修,极大彰显尊贵显赫的身份;会所内部设有超市、西餐厅、商务中心、棋牌室等诸多功能空间,为业主提供一个集饮食、健康、娱乐、购物及休闲为一体的综合配套中心,尊享舒适品质生活。19000平方米全天候运动中心,集中了国际标准恒温游泳馆、室内羽毛球、网球、乒乓球、桌球、旱冰场等全面的健身场馆和设施,打造业主健康快乐的生活空间。超大欧式风情商业街,贴合极致贵族的高品位消费需求,大型超市、休闲名品店及概念餐饮店应有尽有,让业主享受“足不出户”的便捷。恒大绿洲还将在项目园区内规划幼儿园、小学等社区精英教育体系,为业主的孩子打造辉煌的明天。在物业上,恒大自有物业——国家一级资质金碧物业,为业主提供24小时360度贴心管家服务。恒大绿洲以其难以超越的至尊品质,成为安阳豪宅配套的典范。

世界名牌荟萃,9A精装惊艳全城

在恒大绿洲,笔者陪同看房客户,一起参观了精装成品样板间,亲眼见证了一番“真材实料”室内装修美轮美奂,众多国际顶级品牌名品荟萃,光彩夺目的水晶灯饰,罗格朗、马可波罗、海尔、摩恩

等知名品牌,彻底实现全名牌精品装修,目光所及之处,处处散发出奢华高贵的气息。

据现场工作人员介绍,恒大一贯坚持“满屋名牌9A精装”理念,涵盖了顶级名牌荟萃、行业领先设计、超豪华材料、精品化施工、标准化管理、人性化关怀、智能化环保健康、创新家装工艺及全球统一采购全国统一配送等9个方面的A级标准,并严格执行6000余条精品化施工标准,确保品质。9A精装名品豪宅落户安阳,改变的不仅仅是居住环境,更重要的是改变人们的居住理念。

业内人士认为,安阳市场目前也有一些项目打出精装修、豪宅等概念,但真正能达到全名牌真材实料的却少之又少,像恒大如此高要求的精装房无疑为安阳楼市树立一个新的标准。

民生地产撼动安阳房格局

恒大系列产品以卓越的品质和超高的性价比赢得了广大置业者的热烈追捧。据了解,恒大绿洲实现了恒大地产对项目开发建设的速度要求,在中国房地产开发建设上实属罕见,再次体现了恒大地产绝不囤地、快速开发、精品运作、让利于民的开发理念。恒大地产通过标准化运营与集约化管理,降低运营成本;通过集中采购、统一配送,降低了材料成本。通过工程集中招标,降低了直接建设成本。此外,恒大地产还通过快速开发,减少资金占用,减少利息,降低财务成本,在降低装修成本的同时,保障精装成品质量,以成本价开盘,让利于购房者,降低客户首期置业成本,也有利于保障社区的安全与环境,让客户省心、省时、省力。这一系列举措,实现了项目较高的性价比,从而有效地拓展了市场。民生地产的进驻必将改变安阳房整体格局。

如此高性价比的产品对于拥有高身价和高雅品位的都市新贵而言,恒大绿洲无疑是最佳的选择。

(陈阳)



开盘当天的热销情景。