

卓越电气参加南京国际车展

2017（第十六届）南京国际汽车展览会5日落幕。国内外71个汽车品牌、近2000台展车，15.3万人次现场参观体验，参展企业普遍反映成交好于预期。特别是多个品牌的新能源车集中登场，为车展带来一股新风。

全力促销，各大车企冲关跑量

本次展会，各参展商可谓铆足了劲。展会参展总面积超10万平方米，国内外汽车品牌云集，既有玛莎拉蒂、宾利等进口豪车，还有各种家用品牌汽车。参展商展位一家比一家大，一汽丰田室内单体参展面积达1500平方米，长安福特、奔驰等也都超过1000平方米。展出的样车多，多个摊位达到20台左右，东风日产展出样车售价从几万元到三四十万元，涵盖现售全部车型。除热门主打车型，限量车型、首发车型也成为经销商吸引眼球的重要方式。

各种优惠促销增加展会的“硝烟味”。有的车商承诺6年15万公里免费维修保养；有的称综合优惠2万元全系3年免息；有的说购车尊享1年零利率，还送0.68万元的装饰……一位进口车销售员介绍，一款售价60多万元的车，如果展会上签单，可优惠20%。

展会期间，各互动体验活动目不暇接。东风日产设置智行科技体验舱，让观众体验沉浸式虚拟驾驶的乐趣。东风本田带来高逼真汽车模拟器，增加模拟试驾的逼真度。一汽丰田推出卡罗拉双擎挑战赛、别克用上了VR技术。

企业促销如此起劲，主要原因还是为完成全年销售任务。多家参展企业表示，今年销售不温不火，离完成全年销量任务还有不少差距。一家4s店店长说，全年销售目标1000台，目前只完成600台。

中国汽车行业协会统计显示，上半年全国完成汽车销量1335.39万辆，同比增长3.81%，增速有所减缓。

猛抢增量，厂商纷纷变换视角

汽车市场竞争早已白热化，汽车业到哪里找增长点？从消费者需要出发，设计新车型、优化调整性能，成为选项。

上汽被称为全球首款量产互联网家用轿车、首款互联网新能源汽车制造者。本届车展展示互联网SUV荣威RX3、荣威i6等。上汽产品工程师汤银刚说，互联网技术用于荣威全系列产品，依托上汽和阿里巴巴合作研发的“斑马系统”，荣威i6通过云端操作，可用手机登录ID身份账号、远程定位汽车、远程启动空调、预约保养、语音调节空调等。车主可交流实时交通路况等信息。新款RX3小型SUV将在11月上市，预订情况非常好。很多荣威车型在仪征和南京基地生产，南京消费者对互联网时尚汽车比较认同，滴滴出租已在准备组队。本届车展订出300多台，其中10多台是新能源车。

更多汽车厂商加快新车研发入市进度。南京江北之星汽车服务有限公司卫德勤说，以前奔驰给人印象“高大上”，售价高，销量难有大起色。近几年，随着奔驰北京基地建成投产，三四十万元的车卖得很好，而这些以中档为主的车型，都是在对国内消费者广泛调查后，持续不断推向市场的。毕竟国产车比原装进口车便宜很多。

作为东风日产专业销售商，南京龙华汽车销售公司这两年销售年均增幅均超10%，月均销量40台左右，主要原因是在车内空间、节油方面下了功夫，新车型性价比高，合消费者胃口，本次车展新接了不少订单。

电动汽车，爆发式增长为时不远

本届车展首次专设新能源汽车板块，联合展区吸引众泰S系列、比亚迪、奇瑞、荣威等多个国产新能源品牌，特斯拉、北汽新能源在新能源品牌专设独立展区，上汽荣威则以新能源车为主打车型参展。

比亚迪堪称我国新能源汽车界“大佬”，此次旗下电动车和混合动力车悉数亮相。比亚迪南京直营店的杜鑫说，南京销售的比亚迪纯电动车以公交车为主，纯电动乘用车主要是出租车，家用纯电动车只是少数高学历、白领人士“尝鲜”，目前主推的新能源乘用车还是混合动力型。比亚迪纯电动小车，充电4小时续航里程已达300公里。

众泰新能源车销售负责人石瑾说，本次展会上展出的E200微型纯电动汽车，工厂定价18.18万元，在南京享受四级补贴后，只卖5.88万元，今年在南京市场销售200多台，另有五六十台用于租赁。“电动汽车爆发式增长为时不远，本届车展我们成交了十几台，都是家用纯电动微型车，说明越来越多的消费者正从认同变为接受。”

根据中汽协发布数据，上半年，全国累计生产、销售新能源汽车21.2万辆和19.5万辆，同比增长19.7%和14.4%。6月产销6.5万辆和5.9万辆，增长43.4%和33%，其中新能源纯电动乘用车3.3万辆，增幅明显高于汽车产销总体增幅。但与全年销量80万辆目标比，还不到1/4。

省汽车行业协会会长张乐夫认为，新能源公交车已相当成熟，但乘用车不同于点到点的行驶方式，有更多不确定性，包括电池续航里程、使用寿命、充电时间等。很多小区没有固定停车位，家用充电桩无处安装，让充电成为难题。（邵生余）

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/116171.html>