

当深“V”遇上正能量

侃侃2015年汽车圈的那些事儿

本报记者 阮希琼
见习记者 李妍如

2015年是我国车市进入“微增长、新常态”大环境下的第一年，汽车圈又发生了不少事儿，产销量走出了深“V”、SUV依然坚挺、互联网企业跨界造车正酣……不管怎样，汽车与人们生活的联系越来越紧密了。

关键词

深V



2015年1-10月乘用车销量走势

2015年，汽车产销量大起大落，呈现出了“V”型走势。首月，中国乘用车产销迎来了“开门红”。哪知风云突变，进入2月后，销量一直萎靡不振。为了“自救”，4月以来，车企们纷纷启动

关键词

爆款

中国车市已进入“微增长”新常态。不过，即使车市再不景气，有一种车型在中国依然不愁卖，那就是SUV。

2015年前11个月，中国SUV产销分别增长48.2%和51.1%。没错，就是那么任性！SUV已经成为支撑国内汽车市场保持稳定增长的一大引擎，称之为“爆款”一点也不为过。

关键词

跨界

历史上看，造冰箱的吉利和造电池的比亚迪现在都在汽车圈精耕细作。造电视的乐视、造手机的苹果也按捺不住跨界之心，第一代乐视超级汽车由阿斯顿·马丁代工生产，苹果的泰坦项目团队不断招兵买马……

2015年，互联网、IT企业跨界造车之势愈演愈烈。对汽车消费者来说，如今购买

关键词

治霾



2015年，全国各地连续上演“霾锁连城”，大妈们一边热切关注着每天的PM2.5有没有爆表，一边全副武装坚持跳广场舞，上演现实版“寂静岭”。各地政府的解决方案简单粗暴：汽车限行限号、学校停课、工厂停产。作为大气的重要污染源之一，机动车尾气排放再次

了“官降”模式，却仍然难抵车市低迷：6月起连续3个月销量出现了罕见的同比负增长。正当大家以为车市将从“微增长”转为“不增长”之际，国家出手了，“1.6升及以下排量车购置税减半”政策一出，效果立竿见影。据统计，11月，我国狭义乘用车销量同比增幅达到了18.2%，一扫之前颓势。

深“V”是女性的骄傲，车市的深“V”却搅得人心惶惶。今年车市将会如何？我们拭目以待。不过，照2015年这个走势，估计经销商们得准备保心丸了，坐过山车的滋味可不好受。

除了SUV，去年“二胎”新政也让MPV市场着实火了一把。一时间，7座MPV将走俏市场的消息四起，“段子手”们活跃起来，汽车圈也借势营销。关于MPV是否真正符合“二胎”家庭的需求，业内也展开了一场口水战。而车企们早已等不及骂战的结果，开始争相推出风头正劲的MPV车型，押宝未来。

汽车时已经不再单单看动力和舒适性，对产品科技含量的关注度也在逐年增加。智能互联被看作是汽车行业未来发展的突破口，车联网作为除手机之外的第二个移动互联网终端，使得汽车成为众多“大佬”和创业者瞄上的目标。但走过百年发展史的汽车工业并没有那么容易被挑战，走不稳就想跑，只能一路摔跤。我们渴望看到那些脚踏实地的颠覆者，真正引领大众的汽车未来生活。

成为众矢之的。

霾来如山倒，治霾如抽丝。不管汽车被指责为雾霾元凶是不是“背黑锅”，治霾没有“局外人”。2015年，机动车国IV排放标准全面实施、全国淘汰黄标车任务提前完成、各地政府如火如荼推广新能源汽车、各大车企加快导入环保技术。尽管只是地方性政策，京津冀协同发展规划已明确将机动车排放治理纳入其中，这对全国的示范效应不容低估。

治霾必定是一场持久战，不要让“APEC蓝”“阅兵蓝”只是一种现象。

关键词

堵心

在北上广，还想买辆车？别闹了！上海天价牌照，手慢了就没了；北京摇号，别烦躁，总会轮到你的；广州稍微人性化一点，摇号竞拍五五开。好不容易拍到了，路上日堵夜堵，遇上限行的日子，还是歇家里吧。

当我们大谈着“城市，让生活更美好”时，却被城市交通拥堵搅得心烦意乱。国内不少城市为解决城市交通拥堵、大气污染

关键词

来电

2015年，新能源汽车进入政策蜜月期。在这一利好形势下，新能源汽车销量迎来爆发式增长，上海车展上更是史无前例地出现103款新能源汽车齐聚一堂的场景。有专家表示，我国超越美国成为全球最大新能源汽车市场已无悬念。

在汽油车“摇摇无期”的大势下，新能源汽车被关注的比重持续增加。同时，政府对各地新

关键词

正名

买了辆“水货”汽车，修车没用原厂件，听上去不那么光彩？那你就OUT了！如今，“水货”汽车和“副厂件”已被正名。

2015年1月，平行进口车正式在上海自贸区试点。随后，深圳、天津、广州也纷纷加入试点。摘掉了“水货”的帽子，平行进口车合法开卖，旨在通过竞争打破之前进口汽车总经销对市场的垄断。同样为了打破垄断而被正名

关键词

e购

2015年，在“互联网+”的风潮下，汽车电商各领风骚。从整车市场来看，各大电商平台早已不满足于网络集客，纷纷在线上完成交易闭环跃跃欲试。据统计，2015年“双11”，电商卖车超过15万辆，销售额突破300亿元。

在汽车售后市场，电商的角逐更为激烈。车蚂蚁、有壹手、养车点点、e保养、e洗车等O2O平台纷纷获得融资。传统汽车制造企业也不甘落后，譬如上汽集团倾力打造了车享平台。

关键词

正能量

2015年，汽车圈充满了正能量。与往年不同，2015年上海车展明确拒绝车模，“禁模”话题热度不减。各大车企从靠“有料”的模特博眼球回归到卯足劲头推新车，让车展名至实归。除了小模特，车企反腐也打出“大老虎”，部分车企“大佬”被清出了门，这又给汽车人提了个醒，要时刻严以律己。

问题而采取汽车限购、限行，短期来看，稍有作用，但未必是长久之计。2015年年底，又传出北京将试点征收拥堵费的消息。

其实治堵和治霾一样，不能一刀切，除了上述方式，还需要引导市民选择适合的出行方式。归根结底，如何保障市民能够便捷、舒适地出行才是根本，比如可以尝试补贴选择公交出行的市民。此外，培养司机良好的行车习惯也不能忽视，毕竟，遍地都是“路怒症”患者也让人很闹心。

能源汽车不限行、免摇号的政策扶持，大力度的经济补贴，以及充电桩建设布局也日趋完善，让新能源汽车市场备受宠爱。

从客观环境看，我国对新能源汽车的需求比其他国家更强烈。目前，掣肘纯电动车发展的因素就是续航里程以及充电桩等基础设施的完善程度，一旦这两项得以突破，新能源车势必会成为未来车市主力。

的还有“副厂件”。8月，国家交通部正式把“产品质量等同或者高于装车零部件标准要求，且具有良好装车性能的配件”定义为“同质配件”，以促进汽车维修配件供应渠道开放和多渠道流通。

无论是平行进口车，还是同质配件，过去它们一直游走在市场的灰色地带，但都是随着市场经济发展而发展起来的。同时，这对消费者更是利好，同样是进口车，同等质量的配件，价格还更便宜，何乐而不为？



不过，无论在新车还是售后市场，汽车电商尚未形成成熟的商业模式，不少平台仍然处于“烧钱”阶段。不烧钱会死，烧钱不一定能活；一批倒下了，一批又进入了，谁是最终赢家？我们不得而知。可以想象的是，未来整车和配件都在网上买了，到了“双11”，男同胞们也要加入“剁手”行列啦！

另外，车企也不再是握有汽车生产资质的终身会员了，“僵尸车企”退市步入常态化，新能源汽车生产资质的门槛逐渐开放。2015年，我国汽车召回数量飙升。一方面说明汽车产品需要进一步严把质量关；另一方面，我们看到厂商的主动召回增加，消费者对于汽车召回的态度更为冷静。未来，也许召回会成为“新常态”，而这种常态也是一种进步。

关键词

约吗？



打车不用路边扬招，只需动动手指就可以完成；司机不听广播，改听“订单”了；你甚至可以选择出门时，是需要一辆桑塔纳还是一辆宝马？到达目的地后，移动支付车费即可。这就是现在的出行方式。在未来，拥有一辆车还重要吗？

优步、滴滴快的等公司已经使消费者得以共用、共乘汽车，专车、拼车、顺风车等多重业务模式也正在不断融合。在这个市场中，砸钱圈地也好，口碑营销也罢，谁都希望能够把不同业务串联起来，把盘子越做越大。

在共享出行不断深入人心的同时，对这一模式是否合法的讨论也愈加激烈。2015年年底，上海市交通委向滴滴快的颁发网络约租车平台经营资格许可，专专在走向“合法”的道路上又迈进了一步。除去资本、技术和政策门槛，共享出行的实现更依赖于企业和用户之间在契约精神下的自律，任何一个环节的失控都将导致整个模式的崩溃。

关键词

会玩

还记得“优信二手车”那条价值3000万元的天价广告吗？还记得奥迪Q7的“下海”事件吗？还有广州车展上，因“手滑”多打了一个“万”字而闻名的“最贵”福特金牛座？2015年，在汽车圈里一夜走红的故事可不少。对于此类事件，舆论褒贬不一，有意炒作也好，无心插柳也罢，但不得不承认的是，它确实刷屏了我们的朋友圈，也成了不少人的饭后谈资。

自从英菲尼迪赞助《爸爸去哪儿》第一季尝到了甜头后，电视真人秀节目成为了汽车企业营销的新战场。2015年，汽车品牌对电视真人秀的植入更是达到空前热潮。譬如，荣威360独家冠名了《了不起的挑战》，宝马X1赞助了《奔跑吧，兄弟》……真人秀吸睛能力十足，如果成功地赞助一档较火的真人秀，确实能提高品牌知名度和曝光率，打上一场漂亮的胜仗。

要打动消费者需要过硬的产品和服务，不过也少不了新颖的营销模式为之锦上添花。2015年的汽车圈如此多彩，让人不得不感叹“你们城里人真会玩”。



奥迪Q7“下海”