

2014—2015 年消费市场流行趋势之汽车

关键词:突破

2014 年的汽车市场将充满挑战和创新,据相关统计分析预测,2014 年汽车产品将继续围绕“实用”和“智能”,从尺寸、配置、技术等方面进行大胆突破,为消费者带来全新的驾驶体验。

智能车载换“牙”



四夕/摄

□ 实习记者 黄金生

车载 GPS、蓝牙、车载电话,曾几何时是豪车中的宠儿,让很多国产汽车望而却步。但随着科技的发展和消费者对于互联网依赖程度的不断上升,这些配置已经不能满足汽车消费者的需求,于是更加“高大上”的智能车载系统将会在未来的汽车配置中大行其道。

在新华信汽车“预计 2014 年会流

行的车载电子配置”调查中,“智能车载信息系统”以高票当选,毫无疑问成为引领 2014 年车载电子配置的流行趋势。

智能车载信息系统是指除了 GPS、车载电话等基本功能之外具备上网、实时资讯检索、资讯娱乐内容个性化定制、SNS 车友社群和车载移动通讯等多种功能的系统。近几年作为智能汽车的组成部分,因其功能齐全且能满足车主的多元化信息需求而得到广泛关注。

2013 年,“车联网”成为汽车行业

热点话题,与“车联网”息息相关的车载智能系统也越来越得到消费者的关注。通用 Onstar、丰田 G-book、福特 SYNC、宝马 idrive、上汽 inkaNet 等市场中征战多年的车载智能系统消费者已经耳熟能详。随着吉利、比亚迪、华晨等企业相继对外透露未来规划,一场车载智能系统的“乱战”即将打响。

据业内人士介绍,为数众多的车载智能系统各具特色,并可以按照不同标准进行区分,例如按照汽车市场所在地域可以划分为美式、欧式、日式等。由于存在地域性差异,各大品牌的车载智能系统在功能上也各有所长。例如在高速公路四通八达、地广人稀,汽车在野外发生事故时急需帮助的北美地区,以通用 Onstar 为代表的车载智能系统多以车辆安全、诊断为主导;而在城市人口密集、紧急救援需求旺盛的日本地区,以丰田 G-book 为代表的车载智能系统则以导航、救援为主导。

作为全球最大汽车市场的中国,汽车厂家对车载智能系统的重视不言而喻,有专业人士表示,在新一轮的产品开发浪潮中,车载智能系统已经被很多车厂放在了举足轻重的位置。以上汽为例,2010 年北京车展,在首发搭载 inkaNet 荣威 350 同时,更与中国联通合作,全面开启了汽车的网络互联信息

时代,而能够导航、天气甚至股票查询、定制新闻、上网娱乐等诸多功能,让 inkanet 当时深受消费者欢迎。为了将这一卖点更加凸显,随后的几年,上汽对原有系统进行多次升级,在人机语音互动的基础上添加实时路况调整,通过“实时路况更新”和“捷径显示功能”两大进化技术,充分应用云计算技术,快速更新路况资讯,提供智能畅行的行车导航规划。

此外,一些可以带来行车安全的智能辅助驾驶系统,如“碰撞警示系统”、“自适应巡航系统”等尚未向下普及的高科技技术也受到了一定程度的关注。

新华信汽车认为,相比来看,前些年流行的“GPS 导航”、“蓝牙”等功能单一的车载电子配置,因其他产品(如智能车载信息系统)在功能上对其形成替代性和包含性,已经不再轻易为消费者所动心。

“车联网”时代的到来势不可挡,特别是 4G 网络开放后,对于用车联网满足消费者日常消费需求提供了更加便利的条件。2014 年,在车载智能设备系统上将是风起云涌的一年,而在不久的将来,智能车载设备、互联网技术,也将是汽车产品最大的卖点,车联网会先于物联网走入我们的生活。”21 汽车网分析师陈曦认为。



四夕/摄

手动挡 难“守”

□ 实习记者 黄金生

作为汽车的“心脏”,车辆的发动机和变速箱一直是消费者最在意的部分。选择什么样的发动机机会省油?选择什么样的变速箱会让动力流畅?这些常识也逐渐变为很多商家宣传中产品的卖点。

新华信汽车调查显示,目前几种常见的发动机技术中,2014 年消费者最看好的是采用涡轮增压技术的发动机,而这一比例相较于一年有较大幅度的提升。涡轮增压带来的好处是:小排量、大马力、低油耗,一台发动机装上涡轮增压器后,其输出的最大功率与未装增压器相比,可增加大约 40% 甚至更多,这种技术在大众汽车上最为普及。

“最经典成功的案例是一汽大众的速腾 1.4T,虽然只有 1.4 的排量,但在动力上绝对不逊于 2.0 升的发动机,而在油耗方面也堪称经典。其实,对于涡轮增压发动机最初的认识仅仅停留在奥迪 A6L 8T 的层面,那时候因为涡轮增压技术属于比较新鲜,一旦出现问题一个涡轮增压发动机就要几万块,所以在很长一段时间涡轮增压似乎有被淘汰的趋势。但是随着技术的不断进步,涡轮增压的好处不断显现,而现在无论是合资车还是国产车,涡轮增压发动机都成为必不可少的一款。”21 汽车网分析师陈曦说,“随着节能减排成为未来汽车发展的大方向,涡轮增压发动机开始逐渐被各大汽车厂商所推崇,而自主品牌也不甘落后,纷纷推出了搭载涡轮增压的车型,大有普及之势。”

新华信的调查报告同时指出,从年龄结构看,年轻人更易接受“涡轮增压技术”,年龄越大越偏爱传统的“缸

内直喷技术”。

而作为汽车另一项核心技术的变速箱,直接决定了一部车的动力输出状况,同时对汽车的操纵性有着最直接的影响。因为操纵方式不同,汽车变速器分为手动、自动两种,其中自动变速器又包括手自一体、双离合、无级变速等多种型式。顾名思义,手动变速器(MT)是必须用手拨动变速杆才能达到变速目的;自动变速器则反之。而 2014 年将会流行哪种变速箱形式呢?新华信汽车调查显示,“自动挡”以超过四成的比例占据绝对优势,其次则为“手自一体”和“无极变速 CVT”。

从不同类别购车用户所表现出来的关注度差异看,“自动挡”受到大量再购用户的关注,所占比例比首购用户高出 9 个百分点,占比接近半数。

同时,对于不同形式变速箱的偏好,在收入结构上也表现出较为明显的差异,收入越高的受访者越钟爱“自动挡”。

“消费者之所以有购买观念上的转变,来源于对开车方式和油耗的认知,过去的自动挡变速箱,无论从维修费用还是油耗上相对手动挡都不占任何便宜,唯一值得推崇的就是方便,特别是对于一些老司机来说,自动挡似乎让他们驾驶失去了很多乐趣,所以在过去几年,手动挡还是有一大部分忠实的客户。但是随着变速箱技术的不断革新,特别是手自一体变速箱亲民的价格,让消费者似乎忘记了开车应该享受换挡的乐趣,而更多的去追求城市拥堵时左脚可以空闲的方便和实用。在未来的一到三年,可能出现从中级车到豪华车手动挡很快退出市场的情况,而在低端车市场,手动挡的小型车也会被越来越多的自动挡所代替,直到最后的消失。”



四夕/摄

□ 实习记者 黄金生

吉普车、SUV 近年火热,不但有年轻人狂热的追随,一些步入中年的成功者对其也是情有独钟,从经典的 RAV、CRV 到搭载先进科技的卡宴,从最初的长城哈弗 H3 到现在高大上的 H8,从 SX4 的跨界到 S6 的奢华……SUV 在不断改进中蚕食着家用轿车市场,而诸如汉兰达、霸道、雷克萨斯 550、奔驰 GL 更是在豪车中占有一席之地。2014 年 SUV 将延续过去三年的辉煌,在乘用车领域中更加大行其道。

新华信汽车根据近几年消费者对车型类别偏好的变化看到,SUV 车型的关注度呈现逐年大幅上升的趋势,并已连续四年超过轿车,成为年度最受欢迎的车型。

来自中国汽车工业协会的统计数据显示,2013 年 1-11 月,SUV 车型销量已达 267.39 万辆,同比增长 49.1%,远远超过去年全年的 197.52 万辆。而 SUV 市场已连续多年保持了两位数的高增长,从 2006 年仅 23 万辆年销量,增长到 2013 年近 300 万辆,无疑成为增长最快的细分市场。

根据新华信汽车的调查,2014 年受访者对 Cross 跨界车型的关注度比

2013 年有了较大幅度下降。“跨界车在过去的某一个时间段被很多用户热捧,但因其外形的设计不符合中国人的审美观点,加之在使用过程中会显得不伦不类,所以现在市场的跨界车已成小众化趋势,未来的一年,跨界车很难有大的作为。”21 汽车网分析师陈曦认为。

在新华信汽车的调查结果中看,首购用户和再购用户表现出明显的差异,首购用户比再购用户更关注三厢轿车,而再购用户比首购用户更关注 SUV。

“这种区别主要因为购车经验决定用户的购买意向,如果初次接触汽车的消费者,一定是对舒适性轿车更感兴趣,当对车的性能和使用颇为熟悉后,城市 SUV 的实用性就会彰显出来。而第一次购车的消费者往往考虑的是油耗,当想换购的时候就会发现,其实 SUV 并不会比轿车费油,而且从空间感、操控感、越野性能上,SUV 都会更胜一筹,所以更换车辆时 SUV 会更受消费者关注。”陈曦说。

“我以前有过一台 SUV,是紧凑型的,刚开始的时候感觉还是不错的,但随着出行次数的增多,明显感觉到尺寸小在长途旅行过程中受到好多限制,如果再次选择,我一定会选一辆

7 座全尺寸的 SUV。既能方便城市驾驶,又能让全家人一车出游。这种功能化我觉得是城市 SUV 应该改进的地方。”消费者王修强告诉记者。

随着长城汽车推出 20 万的 H8 后,国产的 SUV 也将进入全尺寸时代,“在以往的 SUV 车型中都是以紧凑型为主,而且搭载的发动机集中在都以 1.5 到 2.4 排量,尺寸虽略有不同却可以统一叫做紧凑型 SUV,但丰田汉

兰达却以尺寸胜出,因此可以预测国产 SUV 在 2014 年将会以大尺寸追赶汉兰达,特别是已经亮相的长城 H8 更是以大尺寸、高于 20 万的价格争夺着 SUV 的市场,而福特、比亚迪、奇瑞等国内各大 SUV 生产商,似乎已经觉察到了未来的市场会以尺寸取胜,已经或即将推出自己的全尺寸 7 座 SUV,未来的 SUV 市场将会是 7 座全尺寸的天下了。”陈曦介绍说。

“混搭”受热捧

□ 实习记者 黄金生

环保、节能是很多新能源车的主打概念,特别是在限牌限号的都市,新能源车受到格外的关注。

虽然对于全电动车国家给予消费者最大程度的补助,但消费者似乎不太买账。

“虽然现在购买纯电动汽车国家有很大的优惠,但从现实考虑我肯定不会购买。环保意识、节能意识我都有,可是如果从实用角度来讲纯电动车会受到很多限制。最头疼的应该是充电问题,现在虽然大家的车辆使用基本都是以上班为主,但是难保不出远门,虽然国家倡导电动汽车的配套设施建设,但从目前来看,我并没有看到什么进展,包括北京,能给电动汽车充电的设施也是屈指可数。所以如果一定要选择新能源车,我肯定会选择混合动力,既能节能环保,又不受充电设备的限制。”消费者王晓介绍。

新华信汽车在“预计 2014 年最受欢迎的环保车型”调查中,通过连续两年的调查结果对比发现变化不大,“常规油电混合动力”在 2014 年依旧获得了最高的关注度,受到近四成受访者推崇。其次,在“传统汽油车基础上升级/改造的节能环保车型”的支持率比上年略有上升,也受到两成五以上受访者的关注。新华信的调查报告重点指出,消费者对政府补贴的纯电动车的欢迎程度要比混合动力低得多,且较 2013 年相比呈下降趋势,这种反差值得关注。

同时,从不同年龄的受访者所表现出来的差异看,越年轻的受访者越关注“常规混合动力车型”。此外,在“液化石油气(LPG)车型”的选项上,也出现了越年轻越关注的现象。而相比之下,“60 后”受访者则比其他年龄段的受访者表现出了对“增程式电动车”的较大兴趣。

“对于新能源汽车的接受将会是一个漫长的过程,这个过程中不但需要政



四夕/摄

府对于消费者的直接补贴,更有赖于基础设施的配套,现在对于纯电动车的需求还只限于某个区域的公共交通,例如北京的某些城区已经用纯电动出租车来替代燃油出租车。但是从普通消费者购买和使用的心理来看,一时间肯定难以适应纯电动汽车。我觉得油电混合动力更适应现在的市场需求。成熟的车型如雷克萨斯的 RX350、斯巴鲁的森林人都在市场上占有很重要位置,而对于丰田普锐斯等纯电动

车,却不能延续上市时的劲头,消费者的认知程度还需假以时日。”21 汽车网分析师陈曦认为,“我预测未来的一到三年,在新能源汽车领域,油电混合依然会占据主要销售地位,如果配套设施、扶持政策不够完善,电池技术难题不能完全解决,纯电动汽车对于普通消费者来说还只能是鸡肋的选择,而方便、实用、节能、环保的混合动力,如果能在价格上更亲民,或将会成为未来消费者心目中的首选。”