



走马羊城

这年头竟然有车热到要加价

文/图 羊城晚报记者 刘佳宁

2019年即将落幕，本年车市也将画上句号。全年最后一个月份，经销商争取冲量完成任务。经过11月的促销后，车市整体库存水平不高，但车商面临的压力仍较大，持续促销成为常态。

中国汽车流通协会日前发布2019年11月份“汽车经销商库存”调查综合库存系数为1.49，同比下降22.4%，环比上升7.2%，库存水平位于警戒线位置之下。中国汽车流通协会表示，12月是厂家冲量的关键月份，为冲击全年目标，部分品牌提车任务也将增大。为达成全年任务目标拿到年终返利，经销商降价促销，新车价格不断下探，盈利能力下降。2020年春节时间较往年偏早，因此年终效应、节前效应会提前，经销商认为12月销量将好于11月，但与去年相比，翘尾现象减弱。

在市场走访中，记者了解到，年末车市虽然进入冲量期，但市场销售价格仍较为平稳，并没有出现“值得惊喜”的促销力度。个别车型因为热销，甚至出现排期提车或者加价提车的情况。

某日系品牌SUV10月上后受到市场欢迎，由于车辆分配有限，因此在部分三、四线城市，该车型到货较少，不少店家试驾都没有，有消费者9月下单至今没有提车消息。

息，诸如混动版顶配车型甚至出现缺货，部分车商喊出“只要加价，新年前提车”的条件。另一款日系品牌SUV则新鲜滚烫，上市仅有半月，热销同时也出现僧多粥少的情况，近期交付订金有可能到2020年1月中旬才能提车。等车周期足以证明车型在市场上的受欢迎程度。

一边是新车热销，另一边则是促销走量。记者了解到，豪华车阵营中，不少车型近期优惠力度可观。例如奥迪A6L、奥迪Q5L等部分高配车型，零售价多在50万元左右，市场促销优惠接近八折，由于近期相关车型销量持续走高，因此该优惠水平并不是全年最低，但急于新年前用车的消费者不妨考虑出手。凯迪拉克CT6近期优惠也比较明显，部分车型优惠金额高达7万元以上，最终售价不到30万元就能入手。宝马方面，主打车型之一的3系迎来320/330车型上市，起售价变为29.39万元，入门门槛更低。加上此前上市的车型，市场优惠在挺住了两个月后出现了较明显松动，记者了解到，这款车型目前优惠可达两万元。

看看都是哪些车型最受欢迎



Aion S 11月销量超5000辆



奥迪A6成为11月豪华轿车销量冠军

乘联会日前公布11月细分市场销量排行，在各细分市场销量中，不少车型依旧保持稳定增速，通过车型销量排行，可以看出车市在过去11个月中的市场脉络。

轿车

在家用车方面，新朗逸和轩逸无疑是最大赢家，这两款在11月的销量均超过5万辆水平。新朗逸的同比增长更是达到22%。从数据看，家用轿车市场基本被合资品牌占据。紧随其后的卡罗拉、新宝来、速腾、全新英朗、帕萨特、桑塔纳、思域、雷凌在11月的销量均在两万辆以

数据



汽车销售进入冲量期

上，上述车型中除了个别车型外，大部分车型售价均在10万元及以下区间。可见，家用轿车市场，性价比已经成为最大的卖点，均衡的配置、可靠的耐用性以及空间体验是这批车型的优势。

SUV

而在SUV市场上，自主品牌与合资品牌可谓势均力敌。除了排名11月销量榜首的哈弗H6月销超过4万辆，第二至第五名车型11月销量均在两万辆水平。在前15名中，哈弗H6、长安CS75、荣威RX5、比亚迪宋、吉利博越、哈弗M6、长安CS35等车型上榜。值得关注的是，此前销量高歌猛进的途观在11月销量仅为15775辆，同比下降23618辆的成绩，下跌了33.2%。这是SUV前15名车型中同比跌幅最大的车型。市场人士分析称，这是由于一汽-大众多款SUV产品上市，同类产品竞争中对途观产生冲击。毕竟探岳在11月的销量达到22309辆，因此，途观在本月推出了7座版车型，这也是针对细分市场进行的深度竞争之举。

豪华车

在豪华车市场上，11月高端轿车市场由奥迪A6拔得头筹。该款在终端市场上优惠力度较大，并与竞争对手宝马5系及奔驰E级车型构

新能源车

至于新能源车市场，势头最盛的当属广汽新能源Aion S。这款车型上市后销量持续爬升，11月达到5500辆以上的水平，在新能源车市场上属于“销量王”级别产品。记者曾多次试驾该款Aion S，可以说，这是一款几乎没有短板的新能源车，续航里程、驾驶体验、座舱空间、功能技术等具有不错的表现，这也使得Aion S迅速上位，成为11月新能源车销量冠军。而排在第四位的则是销量超过3000辆的宝马5系PHEV。这也算是车市黑马之一，市场人士表示，选购宝马5系PHEV车型的用户，大多是既有购买豪华车需求，又希望能避免牌照，因此，5系PHEV这类插电车型便成为选择之一。可以说，PHEV是目前新能源车市场中的一个独特存在，它既有新能源的种种优点，又能解决里程续航焦虑，对于不少车主来说，不乏为一个两全之策。(刘佳宁)

沃尔沃全新S60上市

售价28.69万元到46.19万元

12月12日，沃尔沃全新S60上市发布会在上海举行。7款不同车型的建议零售价从28.69万元到46.19万元，其中包含4种动力配置和6种车身颜色可供选项。据介绍，沃尔沃全新S60具有安全随心、健康随行和动感随行的三大产品特色：安全配置方面，S60全系标配City Safety城市安全系统、道路偏离预防和保护系统、LKA车道保持辅助、DAC疲劳警示系统等智能安全配置。同时，Pilot Assist领航辅助系统、BLIS盲点信息系统、CTA倒车侧后盲区警示系统等丰富的安全和驾驶辅助系统也为安全保驾护航；在安全的基础上，沃尔沃全新S60拥有更高质量的健康座舱，无论是婴儿可触级别的亲肤织物材料，还是采用防过敏的镀铬饰件，或高于国标2.6倍的65℃高温测试，都让沃尔沃全新S60的座舱成为触觉无忧的移动空间；新增与Bluearc联合研发的AAC双效增强型空气净化系统的CLEAN-ZONE清洁驾驶舱，可以实现

沃尔沃全新S60	
豪华版	运动版
2.0T 智远豪华版 28.69万元	2.0T 智远运动版 33.59万元
2.0T 智远豪华版 30.29万元	2.0T 智远运动版 37.09万元
2.0T 智远豪华版 33.59万元	
2.0T 智远豪华版 33.59万元	

创界新推雪乎蓝限量版车型

12月16日，上汽通用汽车雪佛兰品牌宣布，雪佛兰SUV创界新推雪乎蓝限量版车型，官方售价165900元。新车基于创界RS系列车型打造，硬派的造型搭配摩登的雪乎蓝色，进一步满足新锐青年追求潮流与个性的审美需求。新车将在雪佛兰MyChevy平台独家发售，限量售价为141900元。外形上处处可见RS的“血统”：大尺寸曜黑立体格栅、RS专属熏黑徽标、RS专属熏黑轮毂、RS熏黑专属牌照、曜黑后视镜、火山口镀铬双排气尾管等创界RS系列特征也在限量版车型上出现。

动力方面，新车以通用汽车的Smart Propulsion智能科技打造高效动力系统，搭载的第八代Ecotec 435T智能

广汽丰田威兰达热度持续升温

从11月7日名字公布，到11月22日广州车展全球首秀，再到12月8日亮相广州马拉松，广汽丰田威兰达的热度不断升温，持续受到汽车行业和消费市场的关注。12月15日，“广汽丰田威兰达全国品鉴会”在广州举行。在本次品鉴会上，广汽丰田全新TNGA中型SUV威兰达的细节在公众面前进一步展示。作为与汉兰达同属“兰达系列”的全新成员，威兰达与知名度高的大中型SUV汉兰达有着众多的共同之处，但在用户和产品定位上则有所区别，是主打不同细分市场的两款车型。

在外形设计方面，在保留大量切割式多边形造型之余，为了与汉兰达一样具备“兰达系列”的特性，威兰达在前脸设计上融入了优雅精致的造型设计。至于座舱设计，威兰达跟汉兰达有许多相似之处，空间设计上也保持着丰田一贯的高水准。各种人性化巧思设计也无处不在，比如说配备的脚踏式感应电子尾门具有五种角度开启和记忆功能。行李厢底部采用“双层双面可调盖板”设计，

身处南方 爱车冬季保养也不能忽视



油液不能马虎 图/黄斯

随着气温骤降，我国北方最近又迎来了大雪纷飞的日子，哪怕身处南方的广州也感受到了浓浓的冬意。作为车主，除了要给自己添衣保暖，也要对车辆有针对性地维护，冬季我们该注意保养哪些小细节呢？

油液不能马虎

汽车各个部件之中，对温度最为敏感的可能就是各种油液了。虽说身处南方的广东地区，低于冰点的时间比北方短很多，但是冬季乃至春节历来是自驾游旺季，常常也有“北上”的机会，给爱车更换合适的油液是必不可少的。防冻液是南方地区车主冬季容易忽略的，甚至有人会错误地认为加水加防冻液没什么

区别。其实，防冻液的全称为防冻冷却液，从名字上就可以看出它有两项主要的功能：第一就是防冻，第二为冷却。防冻液可以防止车辆在寒冷冬季停车时冷却液结冰而胀裂车辆的冷却系统；而在夏天则可以防止“开锅”。防冻液除了具有“冰点低、沸点高”特点外，还具有防腐蚀和防水垢的作用。在防冻液的选择上，防冻液冰点比居住地冬季最低温再降10℃-15℃较为合适，假如有自驾到北方寒冷地区的需求，则应该出行前根据当地的天气情况而定。一般情况下，选择适用于-30℃到-40℃的防冻液就没问题。目前市面上的防冻液大致分两类，一类为浓缩液，需要兑水使用。第二类为“即用即冲”型，防冻液在使用时无需兑水，购买时尽量选择大品牌的产品即可。

玻璃水也是南方车主平时容易忽视的，但如果遭遇了低于冰点的天气，就可能会发生玻璃水壶冻上的情况。稳妥的方法是当所在地最低温接近10℃时，就可以将喷壶内的玻璃水喷光，换成冬季专用的玻璃水。如果遇到玻璃水壶被冻住的情况，可将车开到较温暖的车库让玻璃水自行慢慢解冻。而雨刮也要注意及时更换，因为冬雨雪天气对雨刮的要求也不低。

另外机油也是常常被忽视的，如果南方用户需要冬季开车去北方旅游，或者北方车主在夏季使用了特殊黏度较高的机油的话，建议在冬季来临前，更换低温流动性更好的专用机油，防止启动困难等情况发生。润滑油冬季代码为W,W前的数字越小，其低温黏度越小，低温流动性越好，适用的最低气温越低。

轮胎电池要留心

大家都知道电池对低温非常敏感，低温环境下蓄电池容量比常温时的容量低得多。在夏季没有出现问题的时候，可能到了冬季就会有亏电的情况发生，所以建议车主在入冬前检查一下蓄电池的启动电压是不是足够，如果电压过低建议更换新的电池。

南方地区气温较暖，一般冬天天使用常规轮胎，按照厂家的规定胎压使用就可以了。不过，由于冬季行车，轮胎的热胀过程可能会相对较长，所以冷启动的后驾驶的初始阶段一定要慢，另外要检查轮胎的花纹磨损情况，如果花纹已经接近磨损极限，要及时更换。除了防止爆胎的发生外，还可以增加冬季的雪地抓地能力。如果需要到严寒地区行驶，可以考虑在特殊情况下更换

雪地胎或者自备防滑链，以备不时之需。需要提醒的是，装防滑链之前，首先要确认你的车是前轮驱动还是后轮驱动，因为链条必须装在起主要作用的那组轮胎上。尤其是自动挡车型，还要注意两个前轮或后轮要同时安装防滑链。另外防滑链也有尺寸，注意选择和车轮尺寸相配的防滑链。

用车还需注意

秋冬季天气干燥，要防止静电产生。平时可以在仪表盘上放一块湿毛巾，也可以定期用喷雾器在车内喷洒点水，也可以使用



轮胎要注意保养 图/刘佳宁

车载加湿器来加湿。还要检查线路是否有老化现象：车内不要放打火机、香水这样的易燃物。冬季汽车玻璃容易起霜雾，可以启动后风窗加热与后视镜加热，不少汽车外后视镜有加热功能，用于除霜除雾。热车后，若后视镜无霜又无雾，可以及时关闭以免造成不必要的蓄电池亏电。

冬季出游，尤其是遭遇低温雨雪天气时，车辆尽量不要停放在室外积水处，以免发生结冰现象。极端情况下，凝结的冰会将车胎与路面冻在一起，在启动车辆时会令轮胎胎面变形，甚至直接撕裂轮胎。

探索新型客户关系 广汽本田第八届“喜悦之星”销售精英赛对决

文/图 黎存根



12月12日，广汽本田第八届“喜悦之星”销售精英大赛总决赛在广州举行，大赛以“悦行·逐梦”为主题，来自全国10个赛区547家特约店的64名晋级选手进行对决，决出最终冠军。至此，历时五个月的第八届“喜悦之星”销售精英大赛收官。大赛通过各项创新赛制，“以赛促练”，巩固和提升广汽本田销售服务团队的产品知识基础及情感沟通技能，探索新型客户关系。

通过举办销售精英大赛历练销售团队已成为各大汽车企业的普遍做法，但广汽本田作为国内首创者，自2006年首次举办以来不断创新赛制，引领行业发展。今年的赛事分为海选赛、片区赛和总决赛，于8月5日起在全国547家特约店同步开展，覆盖每一位广汽本田销售顾问。消费升

级时代，“情感”在消费决策中的作用越来越明显，如何与客户建立更深层的情感关联成为行业新课题。广汽本田认为，厂家的服务团队除了提供精准的产品知识外，还需要将“专业技能”拓宽至情感沟通层面，才能和客户建立起情感“强连接”。为探索新型客户关系，广汽本田今年将“与客户建立情感‘强连接’”作为课题融入入赛制中。

在海选赛和片区赛阶段，广汽本田便开始在赛制上开展创新尝试：如首次采用“万人PK答题”项目、首次采用的“抖音声浪赛”等年轻化玩法、首创的“AI趣练”升级考核难度。目前，“AI趣练”已应用于特约店日常的培训当中。总决赛的赛制设置更进一步体现广汽本田对情感“强连接”方式的创新探索。紧密结合实际销售场

景，通过对“产品竞品知识”、“销售流程与技巧”、“品牌历史”等内容的考核，强化销售人员的基本功，首先塑造他们在客户心中的“专业形象”；另一方面，通过多个情景演练项目提升销售精英们的情感沟通“绝技”；总决赛将特约店日常的多个销售场景“搬到”比赛现场，针对销售顾问和客户接触中存在的难点进行解决。

不止于在销售服务层面持续发力，广汽本田在各领域积极探索新型人与人、人与人的关系，拓宽品牌与客户的情感“强连接”范畴。2019年广州车展期间，广汽本田发布了全新服务品牌主张——FUN LINK 创享车生活，以“安心信赖”提高客户满意度；以“智能便捷”解放客户时间；以“社交互联和共创共享”促进人与人、人的连接，创造全新价值。

