

“带货”属性凸显 终端让利促成交

豪华车重磅产品搅动粤港澳大湾区车展

本报记者 高沛通 赵毅 广州报道

疫情的特殊背景下,粤港澳大湾区国际汽车博览会暨新能源及智能汽车博览会(以下简称“粤港澳大湾区车展”)亦变得与往届不同。

6月20日,为期9天的粤港澳大湾区车展在深圳会展中心开幕,主题为“擎动大湾区,启悦i未来”。《中国经营报》记者注意到,此次车展规模

“带货”属性凸显

如期举行的粤港澳大湾区车展在严格的疫情防控下进行。车展上最易被人捕捉的,是所有参展人员均戴着口罩,形成的别致“风景线”。

“无论是厂商也好,品牌也好,市场也好,观众也好,都非常关注我们这次车展,它将是整个车市下半年乃至明年全年的车市的发展的一个重要样本。”此次车展上,深圳联合车展管理公司负责人李宇智称。车展组委会负责人孟宾则表示,本届车展能够如期举办就是最大的胜利。

在粤港澳大湾区车展之前,从国内层面来说,作为国内三大车展的北京车展由4月延期至2020年9月26日~10月5日举行,而成都车展则提前至7月,在粤港澳大湾区车展揭幕之前,重庆车展于6月13日刚刚开幕,并成为国内2020年首个线下举办的大型车展。

如期举行的粤港澳大湾区车展在严格的疫情防控下进行。车展上最易被人捕捉的,是所有参展人员均戴着口罩,形成的别致“风景线”。据展览方透露,本届车展在深圳市商务局、卫健委、应急局等相关单位的指导下,全力保障与会人员的健康安全,所有与会人员进入展馆,必须实名认证、体温检测、核查国务院行程码。在展厅内,如兰博基尼、玛莎拉蒂等个别超豪华品牌采取封闭式展览的形式,参展者在登记之后有次序放入以控制人流。疫情对于车展的规模亦有所影

响。从车展方透露的信息看,此次车展共参与102个汽车品牌,展出新车近1000辆,现场共计举办近50场新闻发布会。本报记者回查此前信息,上一届车展共吸引106家车企参与,举办51场新闻发布会,展出车型1026辆。

一名连续3年参与粤港澳大湾区车展的车企营销人员在沟通中称,今年总体情况确实比往年稍差,各车企新推出的车型也相对少一些,但总体相差不多,尤其是各品牌的亮点车型均有很多消费者围观驻足,人流量方面亦与往年相差不多。从定位上看,相比北京、上海、广州车展承载着车企发布重大战略、推出新车型把握市场节奏、展示技术实力等使命,粤港澳大湾区车展显然有一个更为现实的任务——“带货”。由于深圳本身的特殊位置,其人均购车单价、人均换车速度、新能源车年销量均在全国排名前列,被称为“豪车之城”和“新能源汽车之都”,加上此次疫情背景下深圳市给出的车市刺激消费政策,这也为“带货”增加更多优势。

“经销商的利润拿出来一点,厂家的利润也拿出来一点,就是给到客户最终刺激成交。如果说平时优惠幅度是2万元,这次优惠大概是2.5万~3万元。”一名参与此次车展

的自主车企深圳片区经理告诉本报记者。据他观察,今年的签单情况与往年相差不多,不过具体表现需要等到车展的最后3天签单集中爆发后才有定论。

此外,上述人士透露,由于疫情影响,部分经销商上半年销量受到影响,当下正“拼命”卖车以避免被市场淘汰。近期本报记者在与部分深圳经销商沟通时,有经销商亦谈到线下车展对于汽车销售的重要作用,“车展上有更大的优惠幅度,很多非刚需消费者就是等着车展来看车买车的”。

从数据上看,当前车市正处于快速回暖的阶段。中汽协数据显示,2020年1~5月,国内汽车销量同比下降22.6%,其中5月份同比增长14.5%,具体来看,乘用车市场5月实现增长7.0%,增速已由负转正。

颇为值得注意的是,与往届车展SUV是消费群体关注的热点不同,本次车展上货车、皮卡吸引较多关注。在“地摊经济”引发全民关注的当下,有细分车型的厂家纷纷展出皮卡、货车等,成为此次车展的特别之处。

而具体到数据上,中汽协的数据显示,5月份商用车销量则呈现大幅拉升之势,同比增长48.0%,其中重型货车和轻型货车两类车型均刷新了5月份销量的历史新高。

市快速回暖的当下,有车企内部人士在沟通中表示,此次车展的人流量、当前订单成交量符合其预期。而作为2020年深圳会展行业复苏的首展,粤港澳大湾区车展被称为“年度三大车展”的开局之展(北京车展、上海车展每两年举办一次),在车市复苏并站稳的关键阶段,成为厂家发布新车、政策落地以及重燃车市信心的重要渠道。

从数据上看,豪华车品牌确实有必要重视中国市场。2020年1~5月,国内汽车销量同比下降22.6%,但相比车市整体低迷,豪华车强势上扬,乘联会数据显示,2020年1~5月总体市场下滑26.1%,30万元以上车型销量同比增长3.5%,5月份总销量同比增长1.7%,30万元以上车型销量同比增长38.0%。

在超豪华品牌方面,早前保时捷官方通过线上发布了全新911 Targa,此次车展则首次亮相,Targa系列填补911硬顶版与敞篷版之间的空白,其售价为149.90万~216.10万元。

身处一线豪华品牌的奔驰,在新能源领域,“后补贴时

则推出了国产全新GLA,其整体维持前海外版车型的设计,并分普通版和运动版两款外套件,新车采用奔驰家族最新的外观设计;北京奔驰EQC 350 4MATIC车型在此届车展上正式上市,新车作为全新车型进一步拉低售价,新车售价49.98万元。

一汽-大众在此次车展上,则全球首发了探岳X,预售价区间为23.6万~29.6万元,该车型是一汽-大众品牌在高端化和个性化市场开拓上的新尝试,也是基于这两年市场需求变化做出的调整,在探岳X发布会上,一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠用“晦暗不明”来形容眼下的汽车市场。

作为深圳本土品牌,比亚迪亦在此次车展上推出重要车型比亚迪汉DM,这也是比亚迪汉DM的首次亮相,新车预售价格为23万元,与汉EV车型相同。新车采用了比亚迪最新的Dragon Face 2.0设计语言家族式设计风格,不过在细节上略微改动。

在新能源领域,“后补贴时

豪华车等重磅产品首发亮相

从数据上看,豪华车品牌确实有必要重视中国市场。2020年1~5月,国内汽车销量同比下降22.6%,但相比车市整体低迷,豪华车强势上扬。

作为车型发布的重要平台,无论是豪华车品牌,还是传统自主品牌、造车新势力等,均有重要车型发布。

与30万元以上车型在国内车市的亮眼表现相对应,此次粤港澳大湾区车展颇受豪华车品牌重视,劳斯莱斯、宾利、阿斯顿·马丁、兰博基尼、保时捷、玛莎拉蒂、宝马&MINI、奥迪、凯迪拉克等均参展。

从数据上看,豪华车品牌确实有必要重视中国市场。2020年1~5月,国内汽车销量同比下降22.6%,但相比车市整体低迷,豪华车强势上扬,乘联会数据显示,2020年1~5月总体市场下滑26.1%,30万元以上车型销量同比增长3.5%,5月份总销量同比增长1.7%,30万元以上车型销量同比增长38.0%。

在超豪华品牌方面,早前保时捷官方通过线上发布了全新911 Targa,此次车展则首次亮相,Targa系列填补911硬顶版与敞篷版之间的空白,其售价为149.90万~216.10万元。

身处一线豪华品牌的奔驰,

在新能源领域,“后补贴时

则推出了国产全新GLA,其整体维持前海外版车型的设计,并分普通版和运动版两款外套件,新车采用奔驰家族最新的外观设计;北京奔驰EQC 350 4MATIC车型在此届车展上正式上市,新车作为全新车型进一步拉低售价,新车售价49.98万元。

一汽-大众在此次车展上,则全球首发了探岳X,预售价区间为23.6万~29.6万元,该车型是一汽-大众品牌在高端化和个性化市场开拓上的新尝试,也是基于这两年市场需求变化做出的调整,在探岳X发布会上,一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠用“晦暗不明”来形容眼下的汽车市场。

作为深圳本土品牌,比亚迪亦在此次车展上推出重要车型比亚迪汉DM,这也是比亚迪汉DM的首次亮相,新车预售价格为23万元,与汉EV车型相同。新车采用了比亚迪最新的Dragon Face 2.0设计语言家族式设计风格,不过在细节上略微改动。

在新能源领域,“后补贴时

则推出了国产全新GLA,其整体维持前海外版车型的设计,并分普通版和运动版两款外套件,新车采用奔驰家族最新的外观设计;北京奔驰EQC 350 4MATIC车型在此届车展上正式上市,新车作为全新车型进一步拉低售价,新车售价49.98万元。

一汽-大众在此次车展上,则全球首发了探岳X,预售价区间为23.6万~29.6万元,该车型是一汽-大众品牌在高端化和个性化市场开拓上的新尝试,也是基于这两年市场需求变化做出的调整,在探岳X发布会上,一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠用“晦暗不明”来形容眼下的汽车市场。

作为深圳本土品牌,比亚迪亦在此次车展上推出重要车型比亚迪汉DM,这也是比亚迪汉DM的首次亮相,新车预售价格为23万元,与汉EV车型相同。新车采用了比亚迪最新的Dragon Face 2.0设计语言家族式设计风格,不过在细节上略微改动。

在新能源领域,“后补贴时

则推出了国产全新GLA,其整体维持前海外版车型的设计,并分普通版和运动版两款外套件,新车采用奔驰家族最新的外观设计;北京奔驰EQC 350 4MATIC车型在此届车展上正式上市,新车作为全新车型进一步拉低售价,新车售价49.98万元。

一汽-大众在此次车展上,则全球首发了探岳X,预售价区间为23.6万~29.6万元,该车型是一汽-大众品牌在高端化和个性化市场开拓上的新尝试,也是基于这两年市场需求变化做出的调整,在探岳X发布会上,一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠用“晦暗不明”来形容眼下的汽车市场。

作为深圳本土品牌,比亚迪亦在此次车展上推出重要车型比亚迪汉DM,这也是比亚迪汉DM的首次亮相,新车预售价格为23万元,与汉EV车型相同。新车采用了比亚迪最新的Dragon Face 2.0设计语言家族式设计风格,不过在细节上略微改动。

在新能源领域,“后补贴时

则推出了国产全新GLA,其整体维持前海外版车型的设计,并分普通版和运动版两款外套件,新车采用奔驰家族最新的外观设计;北京奔驰EQC 350 4MATIC车型在此届车展上正式上市,新车作为全新车型进一步拉低售价,新车售价49.98万元。

一汽-大众在此次车展上,则全球首发了探岳X,预售价区间为23.6万~29.6万元,该车型是一汽-大众品牌在高端化和个性化市场开拓上的新尝试,也是基于这两年市场需求变化做出的调整,在探岳X发布会上,一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠用“晦暗不明”来形容眼下的汽车市场。

作为深圳本土品牌,比亚迪亦在此次车展上推出重要车型比亚迪汉DM,这也是比亚迪汉DM的首次亮相,新车预售价格为23万元,与汉EV车型相同。新车采用了比亚迪最新的Dragon Face 2.0设计语言家族式设计风格,不过在细节上略微改动。

在新能源领域,“后补贴时

则推出了国产全新GLA,其整体维持前海外版车型的设计,并分普通版和运动版两款外套件,新车采用奔驰家族最新的外观设计;北京奔驰EQC 350 4MATIC车型在此届车展上正式上市,新车作为全新车型进一步拉低售价,新车售价49.98万元。

一汽-大众在此次车展上,则全球首发了探岳X,预售价区间为23.6万~29.6万元,该车型是一汽-大众品牌在高端化和个性化市场开拓上的新尝试,也是基于这两年市场需求变化做出的调整,在探岳X发布会上,一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠用“晦暗不明”来形容眼下的汽车市场。

作为深圳本土品牌,比亚迪亦在此次车展上推出重要车型比亚迪汉DM,这也是比亚迪汉DM的首次亮相,新车预售价格为23万元,与汉EV车型相同。新车采用了比亚迪最新的Dragon Face 2.0设计语言家族式设计风格,不过在细节上略微改动。

在新能源领域,“后补贴时

则推出了国产全新GLA,其整体维持前海外版车型的设计,并分普通版和运动版两款外套件,新车采用奔驰家族最新的外观设计;北京奔驰EQC 350 4MATIC车型在此届车展上正式上市,新车作为全新车型进一步拉低售价,新车售价49.98万元。

一汽-大众在此次车展上,则全球首发了探岳X,预售价区间为23.6万~29.6万元,该车型是一汽-大众品牌在高端化和个性化市场开拓上的新尝试,也是基于这两年市场需求变化做出的调整,在探岳X发布会上,一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠用“晦暗不明”来形容眼下的汽车市场。

作为深圳本土品牌,比亚迪亦在此次车展上推出重要车型比亚迪汉DM,这也是比亚迪汉DM的首次亮相,新车预售价格为23万元,与汉EV车型相同。新车采用了比亚迪最新的Dragon Face 2.0设计语言家族式设计风格,不过在细节上略微改动。

在新能源领域,“后补贴时

则推出了国产全新GLA,其整体维持前海外版车型的设计,并分普通版和运动版两款外套件,新车采用奔驰家族最新的外观设计;北京奔驰EQC 350 4MATIC车型在此届车展上正式上市,新车作为全新车型进一步拉低售价,新车售价49.98万元。

一汽-大众在此次车展上,则全球首发了探岳X,预售价区间为23.6万~29.6万元,该车型是一汽-大众品牌在高端化和个性化市场开拓上的新尝试,也是基于这两年市场需求变化做出的调整,在探岳X发布会上,一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠用“晦暗不明”来形容眼下的汽车市场。

双战略齐发力 华夏幸福加码粤港澳大湾区都市圈

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

今年以来,面对疫情影响、经济下行等因素,都市圈发展迎来机遇,红利加速释放。致力于成为中国核心都市圈不动产投资开发及运营管理平台的华夏幸福基业股份有限公司(600340.SH,以下简称“华夏幸福”),在区域布局上按下了“加速键”。

6月24日,斗门智能制造产业园项目签约暨启动仪式在珠海斗门举行。活动现场,12家先进制造企业签约,总投资超110亿元;6个产业项目及2个园区配套工程破土动工,总投资27.1亿元,吹响斗门新一轮大招商、大开发、大建设“集结号”。

作为斗门区打造智能制造示范区、做大做强实体经济的重要载体,斗门智能制造产业园是斗门区人民政府与华夏幸福以PPP(政府和社会资本合作)方式合作,共同开发运营的产业新城项目。

斗门智能制造产业园项目的签约,是华夏幸福业务加码粤港澳大湾区都市圈的最新体现。就在几天前,华夏幸福的部分业务同样在该区域开花结果。

6月19日,华夏幸福深圳公司旗下两家子公司联合竞得荔湾珠江隧道口以西、珠江以南新隆沙组团地块,成交价为底价68.39亿元,扣除配建楼面价为18662元/平方米。

据了解,上述地块属于白鹤潭中心商务区起步区范围,土地用途为商住地,土地面积6.58万平方米,内含6宗子地块,其中1宗纯宅地,2宗商住地,3宗商业商务设施混合用地。

自2016年开始进入粤港澳大湾区都市圈,华夏幸福目前已在江门、斗门等地布局产业新城,获得8个城市更新前期服务商项目,今年5月份中标深圳湾招商银行全球总部大厦项目。此次斩获广州白鹤潭地块,将打造都市超级综合体,建筑广州新地标。

都市圈新机遇

继都市圈上升为国家战略后,中央层面对我国经济发展动能再次定调和部署。在前不久召开的全国两会上,《政府工作报告》指出,要深入推进新型城镇化,发挥中心城市和城市群综合带动作用,培育产业、增加就业。

不少业内人士认为,都市圈是未来城镇新增人口的主要聚集地,而产业是区域经济增长之源,也是培育现代化都市圈的支撑。今年以来,面临新冠疫情的冲击,多个地方政府对今年经济

增长保持谨慎,在国内外疫情形势下仍不明朗的情况下,通过加快都市圈建设节奏,以产业发展来带动就业显得尤为重要。

日前召开的国新办发布会上,国家发改委秘书长从亮表示:“推动区域协调发展,加快培育壮大动力源,能有效对冲疫情影响。”尤其《粤港澳大湾区发展规划纲要》全面落地,《海南自由贸易港建设总体方案》出台,大湾区等都市圈发展已驶入快车道。

中国社科院学部委员汪同三

不过,粤港澳大湾区虽然在经济体量和发展增速方面,已可比肩成熟的国际大湾区。但战略性新兴产业导入、基础设施互联互通建设、生态环境和城市宜居性建设等方面,仍有明显差距,区域发展仍有待完善的空间。

正是因为大湾区广阔的发展前景和想象空间,2016年,华夏幸福选择江门作为先行区域,与江门政府签订合作协议,开发运营江门高新产业新城。

在由华夏幸福制定并报政府审批通过的产业规划中,江门高新产业新城以“珠西智造核心”为总体定位,以“珠西战略引擎、深圳创新要素外溢承接地、江门

“三新战略”持续推进

“华夏幸福的战略定位从‘中国领先的产业新城运营商’,变更为‘中国领先的核心都市圈不动产投资开发及运营管理平台’。”华夏幸福董事长王文学在4月26日的2019年业绩会上说道。

在布局产业新城之外,从去年开始,华夏幸福开始积极探索多元化业务,包括商业综合体、公共住房、康养、科学社区等,采取开拓新模式、新领域、新地域的

先进装备制造引领区、江门高新区创新创业核心区”为功能定位,并明确提出:“充分承接深圳产业和科技协同辐射,重点布局智能硬件、智能制造装备、新能源汽车及零部件三大产业集群,培育大健康产业,辅助发展生产性服务业,打造‘3+1+1’产业体系,促进产业转型升级和科技创新,助力江门打造现代产业体系”。

2017年至今,江门高新产业新城累计已完成产业项目签约11个,签约投资额逾60亿元。投资强度达到1280万元/亩,亩均达产创税超过42万元/亩。

其中,智能硬件产业集群完成摩尔电子、富丽电子、小瑞科

好的”城市综合体项目落地。

话音刚落,今年5月28日,华夏幸福中标深圳湾招商银行全球总部大厦项目,将其提供代建服务,这是继北京丽泽中心之后,华夏幸福的又一笔轻资产运营生意,也是该模式在南方总部深圳的首秀。

6月19日,华夏幸福商业地产再落一子,子公司公司华御湾(广州)房地产开发有限公司、御德湾

(广州)房地产开发有限公司以68.39亿元底价拿下广州荔湾区白鹤潭沿江总部经济带新隆沙项目的6幅地块。据了解,今年3月份,广州提出将荔湾白鹤潭中心商务区对标世界级中央商务区,打造成中心城区西翼沿江总部经济带,并且将引进4条地铁线以及建设枢纽综合体。而本次华夏幸福拿下的地块为白鹤潭中心商务区规划中首宗完成出让的地块。

实际上,通过20多年的实践积累,华夏幸福建立了一整套赋能区域经济高质量发展的系统解决方案,包括规划设计、土地整理、基础设施建设、公共配套建设、产业发展到城市综合运营的六大专业化服务,以及高端教育医疗资源、完善城市商业配套的引入等。而眼下,大湾区建设的持续推进,正为其提供了广阔的施展空间。

实际上,通过20多年的实践积累,华夏幸福建立了一整套赋能区域经济高质量发展的系统解决方案,包括规划设计、土地整理、基础设施建设、公共配套建设、产业发展到城市综合运营的六大专业化服务,以及高端教育医疗资源、完善城市商业配套的引入等。而眼下,大湾区建设的持续推进,正为其提供了广阔的施展空间。



疫情的特殊背景下,粤港澳大湾区车展亦变得与往届不同。 中新社/图