

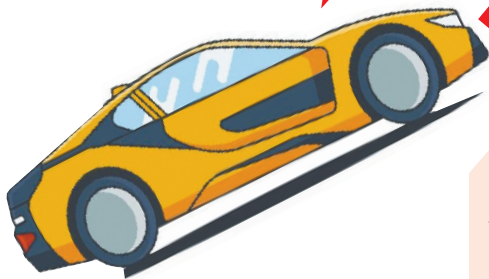


2018

车企完成销量目标胜算几何

随着车辆购置税优惠政策的取消,今年汽车市场或许将继续维持在低增速水平,中国汽车工业协会预测乘用车市场增速仅为 3%,汽车产销增速没有给出太高预期。

随着近期各家汽车企业公布新一年销量目标,这种看淡市场的情绪也开始蔓延至车企。考虑到整体车市环境、2017 年的企业表现、未来规划、投放新车等等因素,有的品牌放慢了脚步、有的品牌则奋起直追。



比亚迪目标 60 万辆 王朝车型全面迭代

2017 年,对比亚迪来说是颇具丰收的年份,总体销量达到 41.6 万辆,其中新能源汽车销量为 11.3 万辆,同比增长 13.4%,连续 3 年实现全球新能源汽车销售冠军。2018 年,比亚迪希望实现 60 万台的全年销售目标,新能源汽车实现 20 万台的目标。

比亚迪将会在产品和理念两大层面实现突破。产品方面,比亚迪将在 2018 年推出一系列全新产品和迭代产品。在全新产品上面,比亚迪在 2018 年上半年将推出创新一代的唐,下半年年中将推出元、宋、秦创新一代。智联家轿 F3 也会推出升级版的年度款,包括五星、智联家轿、速睿,也将推出升级 2018 款产品。同时,继 2017 年 9 月上市的宋 MAX 大卖以后,比亚迪将在 2018 年上半年推出六座版的车。另外,比亚迪在 2018 年将推动大数据营销、体验营销、渠道升级,打造用户产品营销和品牌这种相关联又相互互动、可视化场景的营销模式。

江淮目标 60 万辆 对外合作将有成果

2017 年,对于江淮汽车来说并不出彩,22.22 万辆的乘用车销量和年初制定的 40 万辆的销量目标相差较大。但即便是在这种情况下,江淮汽车初步测算的 2018 年度产销计划仍提升到 60~67 万辆。

江淮汽车 2018 年主要押宝在 SUV 产品市场表现的回暖和新能源车的爆发。2018 年,江淮汽车将投放比瑞风 S3 更高级别的 SUV、小型家用 MPV R3、续航高达 400 公里的 iEVA50 等多款产品。另外,江淮汽车对外合作领域也将开始贡献销量,江淮大众计划将在 2018 年推出首款纯电动 SUV,江淮和蔚来共同打造的蔚来 ES8 也将量产交付。

一汽-大众目标 147.5 万辆 SUV 将带来新增长点

一汽-大众在 2017 年交出了一份令人满意的答卷,全年累计销量 140.5 万辆,同比也有着近 6.8% 的增长。今年,一汽-大众将目标设定在 147.5 万辆。

在轿车市场,一汽-大众有着迈腾、速腾、宝来、高尔夫等数款热门车型,它们是一汽-大众成功的基石。而在 2018 年,一汽-大众也终于要在 SUV 市场出牌了,按照规划,一汽-大众今年将推出 SUV T-Roc 和 A 级 SUV,T-Roc 基于大众汽车最新的横置发动机模块化平台(MQB)打造,定位于紧凑型 SUV 市场。

广汽传祺目标 70 万辆 产能瓶颈将得到缓解

在国内汽车市场整体增速放缓的背景下,广汽传祺逆势上扬成为一道风景线,全系累计销量达到 50.86 万台,同比大幅增长 37%,广汽传祺今年将冲击 70 万辆的目标。

传祺 GS4 排名已经稳居 SUV 销量前三名,GS8、GM8 和 GA8 三款高端旗舰车型完成了 SUV、MPV 和轿车的布局。今年广汽传祺同样将新品频出,会有 4 款新车上市,包括一款轿车、一款 MPV、两款 SUV,继续打造完善的产品矩阵。同时,产能的提升也将缓解广汽传祺的后顾之忧,去年底杭州工厂已经投产,规划年产能 40 万台,初期 20 万台,今年将会为广汽传祺贡献 10 万台的产能。同时,新疆和湖北宜昌的工厂也在快速推进。

随着 SUV 板块的补齐,这将为一汽-大众完成销量目标带来充沛动力。

长城目标 116 万辆 经销商网络将加速扩张

虽然哈弗 H6 仍然在 SUV 销量榜上遥遥领先,但是长城在 2017 年稍微放慢了一点儿脚步,全年共销售新车 107 万辆,同比下降 0.4%。长城汽车在 2018 年重新调整了节奏,将销量目标调整至 116 万辆,这与 2017 年的 125 万辆年销目标相比明显降低。

随着自主紧凑 SUV 市场的豪强四起,哈弗 H6 的 2017 年销量较往年有所下降。在今年,长城将推出哈弗 H4、哈弗 H6 Coupe、哈弗蓝标 H7 等产品。同时,WEY VV7 和 VV5 的持续热销,也将让长城汽车继续品牌向上的探索。此外,长城汽车经销商的扩张也将进入加速期,2018 年 WEY 品牌 4S 店将达到 300 家。

北京现代目标 90 万辆 智能网联将带来新体验

北京现代从去年下半年起才逐渐找回了感觉,自从 7 月以来连续取得了多月的增长,也将全年销量定格在了将近 82 万辆。而在 2018 年,北京现代将挑战全年 90 万辆的销量目标。

北京现代未来会以发展智能网联与提升用户体验为发展方向。同时,北京现代将继续坚持本土化战略,推出更多本土化产品。在产品方面,北京现代也将推出包括小型 SUV——ENCINO 在内的 4 款新车。

广汽本田目标 75 万辆 5 款以上新车助阵

广汽本田 2017 年可谓是顺风顺水,全年累计终端销量达到 73 万辆,同比增长高达 10.8%,相较 69 万的年销目标有 5.9% 的提升。而在今年,广汽本田将投放 5 款以上新车型(含讴歌品牌),助力其挑战 75 万辆的全年目标。

看看今年的新车规划,雅阁的换代将是备受期待的,更加时尚的造型搭配 T 动力让产品竞争力再次焕新。此外,2018 年也将是本田的“电动车元年”,纯电动版缤智有望在年内推出。在讴歌品牌方面,TLX-L 将在 2018 年持续发力,全新 RDX 以及讴歌 CDX 混动版等。

广汽丰田目标 50 万辆 凯美瑞销量将得到释放

广汽丰田在 2017 年实现零售销量 44 万辆,超额完成 43.5 万台的年度目标。而在 2018 年,广汽丰田将挑战 50 万辆的年销目标,这意味着相较 2017 年增长 13.6%。

广汽丰田销量目标的达成同样依靠产品力的驱动。全新第八代凯美瑞自去年 11 月中旬发布以来,短短一个多月时间,全国累计订单接近 2.5 万台,而它也将在今年完全释放自己的能量。同时,丰田全球战略 SUV C-HR 也将与消费者见面,弥补广汽丰田在小型 SUV 上的空白。此外,首款纯电动 SUV 等新车也将在今年导入。

(据《北京青年报》)

