



激进？保守？

车企今年目标严重分化

近日，各大主流车企陆续发布2019年销量目标，从目前披露的情况看，大致可分为谨慎与乐观两大阵营，目标值大相径庭，呈现“冰火两重天”。

谨慎派步步为营

由于遭遇2018年车市“寒冬”，也许在这个阶段，“稳中求进”、读懂消费者的需求，才是打赢这场“寒冬之战”的关键。因此多家车企制定的2019年销量目标十分谨慎，与2018年相比几乎没什么变动，少数还低于去年。吉利汽车去年虽然实现20.3%的正增长，但却没有完成158万辆的目标，今年吉利定下的销量目标为151万辆，比上年减少7万辆。同是自主品牌，广汽乘用车表现更为务实，虽然其2018年整体销量同比增长5.23%至53.5万辆，连续第二年超50万辆，但仅完成了年度70万销量目标的76.45%，因此今年选择了将目标下调到60万辆。

2018年车市依然是南北大众的天下，一汽大众141.6万辆（不包括奥迪）的成绩虽然与145万辆的目标有些许差距，但依然实现了微增长，但它还是谨慎地把2019年销量目标下调到140万辆。上汽大众在2018年以超200万辆的成绩成为乘用车市场的销量冠军，并且是唯一一年销量过两百万辆的车企，但2019年的年销量目标较为稳健，依然为200万辆。

北汽集团2018年300万辆的年销目标最终未能完成，2019年将目标下调到245万辆。值得一提的是，在自主品牌业务23.9万辆的销量目标中，新能源车型达到了12.7万辆，占比超过一半。东风集团和北汽集团一样，去年实际销量与年初目标存在差距，因此2019年将目标下调至400万辆。

另外，日产2018年的156.4万辆销量没能达标，所以今年目标设定与去年一致，为160万辆。此外，今年一汽丰田年度目标设定74.5万辆，虽然看上去是稳中求胜，但今年却是其产品大年，将推出亚洲龙、RAV4荣放、全新卡罗拉及PHEV车型等全新重磅产品，74.5万辆的目标还是相对偏于保守。

乐观派知难而上

不过，亦有车企对今年形势十分看好，如北京奔驰将2019年销量目标定位56.5万辆，高于去年同期12余万辆。北京奔驰去年同比增长15%，完成率高达110.2%，在其强大的品牌惯性优势下，今年的“大跃进”并非心血来潮。又如一汽-大众奥迪将今年目标设定在68.2万辆，高于2018年65万辆的目标，将推出多达18款新车型。

丰田汽车、长城汽车、广汽三菱、上汽大通等对于今年市场也比较看好。基于2018年在华良好的市场表现，丰田汽车将今年销量目标设为160万辆，高于去年20万辆。长城汽车今年将目标锁定在120万辆，同比增长13.96%。虽然目前奇瑞尚未公布2019年整体销量目标，但旗下捷途品牌率先提出今年将挑战15万辆目标，2018年捷途累计销量4万余辆，今年一下子翻了几番，实属大胆激进。2019年北京现代销量目标和2018年一致，仍为90万辆，但是相比2018年74.6万辆的实际销量，则有着超过20%的增长。另外，上汽大通今年目标18万辆，挑战20万辆，实现同比138%的增长；广汽三菱将挑战16万辆、20%以上的销量增速目标。

新能源汽车可以说是去年车市难得的亮点。比亚迪把握了此轮上涨，同比增长108%，今年比亚迪提出65万辆的年销量目标，增速达到30%。北汽新能源将今年目标定格为22万辆，同比增长47%。它的底气在于，去年同比增长53.11%，一举成为国内新能源汽车市场的“黑马”。

另外，值得一提的是，造车新势力新特汽车在2018年交付4000辆的基础上，提出今年目标4万辆，提高了整整10倍，叫人捏一把汗。

挑战与机遇并存

不少合资企业制定目标相对比较谨慎，其实可以理解，因为2018年轿车市场销量有所萎缩，而这原是合资企业的优势所在。在去年车市中，轿车销量的降幅甚至大于SUV，市场容量正在变小，预计2019年轿车市场将更为惨烈、更具挑战性。

与此不同的是，高端车市场则机遇凸现、欣欣向荣。2018年销量前10名的高端车中，9款车型都有所增长，成为高端车企今年提高销量目标的底气。BBA三大豪车品牌今年新车规划曝光，总共在华投放近50款新车，二线豪车品牌也你追我赶，好戏连台。

2018年SUV市场结束增长，然而SUV强势企业攻势依旧不减，作为SUV占主导的长城汽车今年将目标锁定在120万辆，说明其对SUV市场信心仍然充足。不仅自主品牌摩拳擦掌，合资品牌SUV也吹起了冲量的号角。不过如今的SUV市场已成为一片红海，竞争愈发白热化，并充满变数。

另外，新能源车市场在2018年近六成的高增速让人印象深刻。2019年新能源车市场预计继续保持高增长，成为车企的另一主战场。今年比亚迪与北汽新能源分别将目标定为比去年增长三成及近五成。正基于此，可以看出，2019年车市确实机遇与挑战并存，各大车企能否实现所定目标还需时间验证。

（据《新民晚报》）

