

市场增速放缓但总体形势尚好

# 上半年车企表现高于预期

本报综合消息 上半年即将结束,中国汽车工业协会的专家日前预测,今年上半年我国汽车产销将继续保持10%以上的增长,总销量将超过1000万辆,总体形势好于年初行业预期。深入分析则不难看出,面对国内不断变化的汽车销售市场,各汽车企业上半年在加快新车投放的同时,也在不断地加大技术、研发的投入,并扩大产能,以应对全新的市场挑战。

#### 汽车集团:集中度提升

据中汽协发布的信息,今年1至5月,我国汽车销量排名前十位的生产企业分别为上汽、东风、一汽、长安、北汽、广汽、长城、华晨、江淮、吉利,销量分别为215.54万辆、143.03万辆、115.52万辆、94.63万辆、83.74万辆、34.19万辆、31.09万辆、30.85万辆、24.35万辆、22.88万辆,上述10家企业共销售汽车795.82万辆,占汽车销售总量的88.15%,比上年同期提高0.9个百分点。

“今年的情况大家都差不多,整体格局上变化不大,集中度又有所提升。”汽车分析师贾新光告诉记者,在车市增长乏力的客观现实下,各车企都在稳扎稳打,今年上半年,多数企业保持了强劲的增长态势。

据了解,工信部日前发布的《关于加快推进重点行业企业兼并重组的指导意见》中提出,“2015年,前10家整车企业产业集

中度达到90%”。今年5月,东风汽车公司与福建省汽车工业集团有限公司以组建投资公司的形式控股东南汽车工业有限公司。业内认为,东风对福汽的重组案,将积淀新的案例样本,推动汽车业新一轮兼并重组大潮。

#### 三强竞争:胶着增长

对于上海通用和南北大众而言,三者的排名始终没有拉开差距,并呈现出胶着的增长态势。1至5月汽车行业销售排名前三的企业总销量均超过60万辆,其中上海大众位居第一,达65.12万辆,上海通用和一汽-大众以64.19万辆和60.51万辆紧随其后。

今年年初,一汽-大众制定了150万辆的年销售目标,显然,在2013年超越上海通用成为中国乘用车市场销量冠军已成为一汽-大众最重要的目标。

尽管上海大众以微弱优势取得了头名的成绩,但据记者了解,过去的5个月上海通用一直处于蓄势阶段。其中,豪华品牌凯迪拉克1至5月累计销量超过1.5万辆,同比增长27.3%。

值得关注的是,上周上海通用凯迪拉克专属工厂及泛亚汽车技术中心(金桥)在上海奠基,这显示出上海通用冲击豪华车市场已经进入实质阶段。而上海通用全新君越最快可于6月底交付消费者,也为其增加了重夺车市销量冠军的砝码。

#### 日系车企:蓄力回升

相比欧美品牌,今年上半年各大日系车企过得异常艰辛。不过,好在努力已见成效。从去年四季度开始,经过9个月的努力,笼罩在日系车头上的阴霾正在逐渐散去。丰田、本田、日产三大日系品牌首次在5月一同实现了销量增长。同时,记者近日走访车市发现,6月日系车销售继续呈现出稳步上涨态势。

数据显示,5月丰田在华销售7.9万辆,同比增长0.3%,这是其今年首次实现销量的同比上涨;5月本田在华销售5.46万辆,同比增长4.6%,也是自去年9月之后首次止跌回升;5月日产在华销售10.3万辆,同比增长2%。

虽然目前来看,日系车企销量增幅普遍还不是很高,但一度同比降至50%以下销售态势止跌回涨的背后,却是其巨大的付出。大力度促销、加速新车型引入、消费者零损失售后政策……在一系列恢复消费者信心新政的作用下,日系车终于开始重新获得消费者的认可。

不过,市场人士分析,现在说日系车已全面脱困还为时尚早。数据显示,今年1至5月,丰田在华累计销量为34.01万辆,同比下滑8.6%;本田在华累计销量为25.55万辆,同比下滑2.4%;日产累计在华销量为49.03万辆,同比下滑8.4%。可见,日系车收复失地的战役才刚刚打响,前景如何还有待观望。

#### 自主品牌:两极分化

数据显示,今年1至5月自主品牌乘用车销售量占比为41.8%,同比下降0.1%。一时间,有关自主品牌“市场表现不佳”、“整体形势堪忧”的声音不绝于耳,让人不禁为其前景担忧。

的确,就大环境而言,今年上半年德系DSG事件、日系集体疲软,看似都对自主品牌销售有利,不过其市场份额仍持续缩水,着实堪忧。不过,也有乐观的一面,分析上半年汽车行业各类数据不难发现,一批强势自主品牌车企正在崛起。

今年1至5月,自主品牌车企销售前十强依次是长城、吉利、上汽通用五菱、比亚迪、长安、奇瑞、江淮、上汽、华晨和东风柳汽,其中排名前位的企业销量均超过20万辆,奇瑞汽车销量也接近20万辆。再看增幅,上汽通用五菱、东风柳汽1至5月销量均实现了超三成的增长,长城、吉利、比亚迪、江淮、华晨的销量增幅也均在20%-30%之间。

与此同时,今年越来越多的自主品牌车型凭借较高的品质,赢得了更多消费者的心。

“强者更强,弱者在竞争中被洗牌,将是自主品牌未来发展的大趋势。”正如北京亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉所说的那样,一批拥有较强实力、敢于向合资品牌叫板的自主品牌车企正在崛起,“中国车”已经成为车市中不可忽视的一股力量。

(北商)

## 全新路虎揽胜运动版



上周,路虎全新一代揽胜运动版尊享会首站在北京开启。全新一代揽胜运动版提供3.0升V6机械增压和5.0升V8机械增压两种发动机,均配备8速变速箱。其中,3.0升汽油版售价104.8万元至113.8万元区间。活动还将在广州、杭州、成都、上海举行。(和玲)

## 凯迪拉克国产工厂开建

本报综合消息 6月19日,上海通用汽车在浦东金桥举行了凯迪拉克专属工厂及泛亚汽车技术中心(金桥)奠基仪式。这是继武汉分公司成立、东岳三期投产、北盛三期建设、广德研发试验中心落成之后,上海通用再发力。上海通用总经理叶永明表示,凯迪拉克专属工厂及泛亚金桥研发基地的投资建设,将进一步提升上海通用汽车的研发实力和制造水平,完善企业的生产体系,是上海通用汽车深入推进豪华车战略的重要举措。

作为上海通用汽车金桥生产基地的延伸,凯迪拉克专属工厂及泛亚汽车技术中心

## 奔驰总部增设中国销售管理部

本报综合消息 上周,戴姆勒宣布对旗下梅赛德斯-奔驰品牌中国市场销售架构进行改组,在德国总部专门为在华销售业务新设立销售支持机构,并且宣布将加速在华经销商网络建设速度,预期未来两年内中国将成为奔驰最大单一市场。

奔驰将在德国斯图加特总部建立新的销售支持机构,名为“Sales Management China”(中国销售管理部),具体负责在中国市场的培训以及销售业务。新部门将由Benjamin Auer领导,挖脚其原先为奥迪中国销售总经理中国业务的来领导该新部门的业务。业界质疑,领导中国业务的部门为何

不设在国内,而是设在德国总部,奔驰对此不置评。

相比宝马、奥迪等竞争对手,奔驰在网络建设方面相对滞后。为此,奔驰计划到今年年底之前在中国设立75家新经销商店,将销售网络扩张到以前未进入的36个城市。截至2012年年底,奔驰在华总共拥有260家经销商店。与此同时,奔驰准备在2015年之前向中国投放20款新车或改款车型,全面配合以提高在华竞争力。今年5月,奔驰在华销量同比增长6.5%,而宝马则增长了15%,奥迪增长了16%。

(和玲)

## 宝马发动机明年6月首批国产

本报综合消息 6月18日,华晨集团正式启动了德国宝马集团授权的绵阳新晨动力“蓝天项目”。该项目主要是生产宝马旗下N20系列发动机,未来将供应给华晨宝马3系、5系、X1等车型,而这也是首批国产的宝马发动机。

此次项目分两期实施,一期于2014年6月投产,将为华晨集团提供成熟的N20涡轮增压发动机。华晨宝马目前旗下的国产车型包括3系、5系及X1,均搭载了该系列的发动机,此次国产将为其未来本土化提供更多优势。据悉,到2015年华晨宝马核心部件将全部国产。

去年12月12日,华晨与宝马在德国慕尼黑正式签署了合作协议,将在绵阳生产宝马N20系列发动机及相关零部件,并提供人员培训、工艺规划、质量标准、生产设备安装等相关技术咨询服务。

## 汽车消费投诉热线

在汽车和旅游消费时,如果您的合法权益受到侵害,请拨打维权热线0394-8599345投诉,本报将联合有关部门共同帮您维权。

(梁静晶)