

# 数读 2015

全年汽车销售 2459.76 万辆  
增 4.68%

回望 2015 年,中国汽车市场再次创造了纪录,全年产销再破新高,生产 2450.33 万辆,销售 2459.76 万辆,同比分别增长 3.25% 和 4.68%。自主品牌企业凭借 SUV 和新能源两大杀手锏,成功在去年获得佳绩,不但市场占有率超过四成,还迫使合资品牌不得不压低价格以夺回市场份额,由此掀起了一场热闹的合资品牌官降戏码。不过同时,豪华品牌却在去年全面开花,其增长速度令一般合资品牌难以望其项背。



## 多数自主车企超额完成任务

去年自主品牌的销量表现格外突出,中汽协统计分析,2015 年中国品牌乘用车共销售 873.76 万辆,同比增长 15.27%,占乘用车销售总量的 41.32%,占有率比上年提升 2.86 个百分点。

从单个企业来看,多数自主车企都实现了年初制定的销售目标,长安汽车更是超越众多合资品牌,在 2015 年产销双双实现突破 100 万辆,在乘用车销量排名中位列第五,而年初长安为自己设定的销售目标为 75 万辆。在 SUV 和新能源汽车两个细分市场的发力,让长安超额完成了销售任务。

与长安一样在去年取得好成绩的还有长城。2015 年,哈弗 SUV 累计销售 66 万辆,同比增长 54%,去年长城的总销售目标为 85 万辆,到年终顺利完成,成绩为 85.27 万辆,而这个数据在乘用车市场中排名第 9。

此外,吉利、奇瑞、江淮等自主品牌也表现颇佳:吉利销量近 51 万辆,早早就完成了 45 万辆的销售目标;奇瑞战略转型效果显现,去年销售目标为 40 万辆,实际完成了 48 万辆;江淮去年也以 35.19 万辆的成绩超越了年初制定的 30 万辆的销售目标。

## 多个豪华品牌大幅增长

去年豪华车市场继续高速增长,其中奔驰在华汽车销售量为 37.35 万辆,超额完成了年初预测的 30 万辆目标。这一成绩还使中国超过美国,成为了奔驰全球最大的单一市场。另外,英菲尼迪成为增长最快的豪华品牌,因为销量基数低,去年销量 4 万辆就实现了超过 30% 的增长。此

外,保时捷、凯迪拉克和雷克萨斯的增长幅度分别为 24%、17% 和 13%。

## 销售增长 52.4%,SUV 保持高速

去年 SUV 依旧保持高速增长,全年销售 622.03 万辆,市场份额突破 30%。中国汽车工业协会的数据表明,2015 年 SUV 产销增长分别为 49.7% 和 52.4%,而与高速增长的 SUV 市场相对应的是轿车产销量的双双下降——轿车产销分别下降 6.8% 和 5.3%。只生产单一车型的企业需加快产品规划速度,丰富自身产品线。

## 自主品牌占据半壁江山

自主品牌车企在过去几年中发展势头颇为迅猛,分析来看,多数是沾了 SUV 市场的光。去年,自主品牌 SUV 年销量实现 337 万辆,同比增长 82.9%,销量占比高达 53.8%,过去以 CR-V 和 RAV4 为代表的日系 SUV 独大的局面就此被打破。

2015 年 SUV 前十企业中,有 4 家企业为自主品牌——长城、长安、江淮和奇瑞,其中长安汽车与江淮汽车同比增长超过 100%。共有 6 款自主车型进入 SUV 产品销量前十,作为销售冠军的哈弗 H6,去年全年销量达到 37 万辆,同比增长 18.2%。无论是从产品数量还是销量上,自主品牌在 SUV 市场获得的成绩都值得肯定,凭借 SUV 产品,自主品牌终于可以扬眉吐气一回。

## 未来几年 SUV 将持续投放

原本在 SUV 市场有明显优势的日系

品牌,去年被自主品牌挤压,沦为 SUV 市场里的第二阵营。未来两年,日系车企将在这场竞争中加大产品投放力度,争取夺回失掉的阵地。韩系车企也紧随其后,北京现代提出的 D+S 战略中,“S”代表 SUV 产品,这个战略的提出,意味着 SUV 对北京现代的重要性。因此,近两年北京现代在 SUV 市场布局了途胜、胜达、ix35、ix25 等多款产品。

自主品牌的 SUV 价格多数集中在 10 万~15 万元价格区间,对此,合资品牌今后在产品策略上将推出小型化、低排量、低价格的入门级 SUV 产品,这显然是针对自主品牌而做出的调整。

## 新能源汽车销售逾 33 万辆

在刚刚过去的 2015 年,我国新能源汽车生产 340471 辆,销售 331092 辆,同比分别增长 3.3 倍和 3.4 倍。其中,纯电动汽车增长势头尤为迅猛,产销分别完成 254633 辆和 247482 辆,同比分别增长 4.2 倍和 4.5 倍;插电式混合动力汽车产销分别完成 85838 辆和 83610 辆,同比增长 1.9 倍和 1.8 倍。

## 深化产品布局,新品频出

据粗略统计,2015 年,我国共有近 20 款新能源汽车正式上市。在年初的上海车展上,新能源汽车多达 103 款,其中全新亮相的就有 30 余款。在年末的广州车展上,同样有数十款新能源汽车亮相,可见新能源汽车在整个汽车市场的地位。

车企的新能源规划,同样印证着这一市场的火爆场面。从投入来看,国内主流车企中长城投入 170 亿元、长安集团 180

亿元、上汽集团 200 亿元。与此同时,奔驰、宝马、大众等国外厂商也纷纷以进口或者国产方式布局这一市场。

据了解,未来我国总计将投产的新能源汽车达到 91 款,其中长安集团以投产 34 款排在首位,广汽未来 5 年将推出 6 款新能源汽车,产销量要达到 20 万辆。本田、丰田、大众、福特、宝马、奔驰、沃尔沃等跨国巨头也纷纷做好了“2020 计划”的布局,争相把新能源产品导入中国。

## 政策密集出台,仍需冷静

根据十三五规划,中国未来 5 年将投入超过 1000 亿元扶持新能源汽车发展。到 2025 年,中国新能源汽车年销量将达到汽车市场需求总量的 20%,自主新能源汽车市场份额达到 80% 以上。

2015 年,关于新能源汽车的各种优惠政策、奖励补贴也不断出台。发改委 3 月起草了《新建纯电动乘用车生产企业投资项目和生产准入管理规定》(征求意见稿),其后于 6 月正式发布了《新建纯电动乘用车企业管理规定》。而针对新能源汽车的核心零部件动力电池行业,工信部 3 月发布了《汽车动力蓄电池行业规范条件》。在新能源汽车充电基础设施方面,国务院办公厅在 10 月发布了《关于加快电动汽车充电基础设施建设的指导意见》。

不仅是在国家层面,各地方政府也不断出台新政策,鼓励新能源汽车的发展。以北京为例,在 2015 年,就有进口电动汽车纳入目录、纯电动小客车不限行、增加纯电动汽车的摇号指标等一系列地方措施出台。

(新京)