

车市“中考”成绩单揭晓

多数车企未完成销量过半目标

2020年上半年的车市跌宕起伏,乘用车市场销量呈现“V”形走势。乘联会数据显示,1-6月国内狭义乘用车市场销量达到771.2辆,同比下降22.5%。但从3月开始,车市已经连续4个月实现环比增长,后疫情时代行业复苏迹象明显。

值得关注的是,在国内各大车企交出的半年销量成绩单中,完成年度目标五成的车企几乎为零;完成率超过四成的仅有4家车企,分别是北汽集团、长安汽车、江淮汽车以及江铃汽车;奇瑞汽车完成率最低,仅完成全年销量目标26%。

■新快报记者 张磊



细分领域喜忧参半

SUV市场坚挺与MPV市场低迷形成强烈对比

在上半年整体车市同比下滑了22.5%的大基调下,各类车型也呈现出了不同的萎缩程度。相对而言,SUV市场表现良好,销量下滑仅16.6%;轿车市场中规中矩,销量下滑25%,而MPV市场则比较惨烈,销量下滑近四成,远超整体降幅。

目前,轿车市场仍以48.1%的市占率为国内车市第一大细分市场。上半年轿车市场累计销量达到了370.6万辆,记者统计发现,轿车市场销量榜前十的厂商累计销量约270万辆,占比超过七成,头部效应明显。前十名厂商中,广汽丰田、一汽丰田和华晨宝马销量同比小幅下降,其他厂商降幅均超过了10%。

具体到车型方面,轩逸和朗逸这两款爆款车型依旧霸榜销量前两名,但也出现了不同程度的下滑。在销量排名前十五的车型中,仅有奥迪A6L、雷凌、英朗、宝来四款车实现正向增长,得益于“以价换量”的打法,奥迪A6L在上半年销量达到76427辆,相比去年实现质的飞跃,同比增长超过六成。

相比之下,SUV市场则呈现强者恒强的局面。在销量前十名的SUV车型所属厂商中,仅有广汽本田、一汽-大众、长安汽车和上汽通用的销量同比呈较快增长,其他均处于下滑状态。SUV销冠王哈弗H6虽然仍然处于“一骑绝尘”的状态,

但上半年销量下滑也高达31%,月销破8万辆的高光时刻也逐渐走远。此外,比亚迪宋以331.9%的同比增长速度晋升人气王,上半年销量达到77340辆,由此可见宋Pro带货能力显著,亲民的价格受到消费者热捧。

此外,MPV市场则一直未走出低迷的势态。相比2019年,上半年除了福建奔驰销量略有增长,其他车型均出现不同程度的下降。自主品牌MPV跌幅严重,比亚迪宋MAX跌幅高达81.9%。此外,“微车之王”五菱受欢迎程度也大大降低,宝骏360和宝骏730两款车型均出现断崖式下跌。

年中销量完成度成关注点

相比豪华及合资品牌,自主品牌下行压力加大

随着各家车企上半年成绩单陆续出炉,销量目标完成情况便上升为业界重点关注内容。对比年初定下的销量flag,各大车企纷纷在年中“打脸”。受到疫情和环境下行等综合因素影响,截至目前,上半年完成年度目标五成的车企还未出现,完成率四成以上的车企也仅有寥寥几家。

以上汽集团为代表,集团旗下重要合资板块和自主品牌均亮起了红灯,上半年销量完成率为34.2%。其中,上汽大众昔日荣光不再,上半年累计销量577385辆,同比下跌37.18%,冠军宝座被一汽-大众以接近29.7万辆的销量差距优势强势夺回。上汽通用这个百万大户上半年销

量也仅为57.7万辆,同比下跌33.31%。而上汽通用五菱和上汽乘用车也出现了不同程度的下滑,整个集团仅有上汽大通、申沃客车等商用车板块释放出利好信号,有一定的销量增长。

在众多公布上半年的成绩单中,目前仅有北汽集团、长安汽车、江淮汽车以及江铃汽车四家车企完成年度目标四成,其中奇瑞仅完成目标的26%,5月也下调年度目标至90万辆,可见奇瑞受疫情和内部混改双重因素冲击影响较大。对此,奇瑞集团董事长尹同跃表示,下半年的奇瑞将通过加速新产品研发和投放、创新营销模式、加速海外市场布局等举措,努力“把失去的时间抢回来,把既定

的目标夺回来”。

与此同时,自主品牌车企逐渐走向分化,下行压力则进一步加大。上半年中国品牌乘用车累计销量285.4万辆,同比下降29.0%,同比下降3.4个百分点。一方面,以一汽红旗、吉利、长安等品牌为代表的车型表现强劲,逆势大幅增长;另一方面,居于自主品牌第二阵营的上汽乘用车、比亚迪等则涨跌不一。

此外,记者梳理了解到,上半年有20余家汽车品牌销量未过千辆,众泰、海马等车企徘徊在停产淘汰边缘。乘联会分析认为,在豪华车和合资品牌车型价格下压趋势下,自主品牌市场面临的竞争压力越发激烈,市场份额将进一步被挤压。

车市“中考”部分优等生成绩单

1. 一汽-大众

上半年销量874174辆,市场份额11%

虽然销量同比有所下滑,但丝毫不影响一汽-大众销冠王的称号。凭借87.4万辆的新车销量,其市占率比第二名多出约3个百分点。

具体到车型方面,6月份,一汽-大众大众品牌有4款车型终端销量破万,速腾、宝来更是突破2万辆,迈腾6月销量也达到13649辆,领先同级车型。在SUV领域,一汽-大众加快了产品布局速度,上半年连续推出探岳GTE、探岳X两款车型,组成探岳家族完整谱系,让品牌高端化更进一步。

2. 广汽丰田

上半年销量323616辆,同比增长6%

随着全新TNGA中型SUV威兰达的上市,广汽丰田形成包括第八代凯美瑞、全新换代雷凌、C-HR、威兰达在内的TNGA明星家族车型。上半年TNGA家族6月合计销量222167辆,同比增长82%。

具体车型方面,凯美瑞和雷凌为市销量主力军。第八代凯美瑞上半年累计销量75971辆,稳居细分市场前列;全新换代雷凌6月销量22576辆,同比增长174%,上半年累计销量达到103866辆。此外,广汽丰田SUV家族汉兰达、威兰达、C-HR三款SUV车型在终端市场受消费者喜爱,上半年累计销量83338辆,同比增长7%。在新能源领域,雷凌双擎E+、iA5、C-HR EV也在上半年贡献了5230辆的销量。

3. 长安汽车(自主系)

上半年销量373362辆,同比增长4.4%

长安汽车年度目标销量的上半年完成率是43.5%,是各大车企里完成度最高的,根据乘联会此前发布的数据显示,今年1月—6月,长安汽车销量在汽车厂商中排名第六,在自主品牌中销量仅次于吉利汽车。

与2019年相比,长安汽车旗下各板块的销量均有不同程度的提升。接连推出长安CS75 PLUS、逸动PLUS以及全新品牌UNI-T等多款新车,产品结构加速改善的同时,销量也在不断提振。此外,SUV领域长安欧尚X7表现也足够亮眼,上市6个月累计销量达到6万辆,在自主SUV市场占得一席之地。

4. 北京奔驰

上半年销量279907辆,同比增长1.3%

6月份北京奔驰销量迎来了一波小高潮,销售新车60321辆,同比大涨33.7%。在车型方面,奔驰GLC人气仍在,销量接近15000辆,位居产品序列中销量第一;奔驰E级则以13801辆的销量位居第二,较去年同期上涨18.47%;奔驰C级销量13548辆,排名第三,较去年同期上涨4.21%。

奔驰下半年在华发力更加明显,7月底全新GLA SUV及CLA四门轿跑车将上市,主力产品新一代E级车也将亮相中国,另外梅赛德斯-迈巴赫GLS也将迎来上市。