

# 2020年车市走出主升曲线!

年度10款好车花落谁家? 第18届新快报汽车测评大奖揭晓

2020年注定是不平凡的一年,尽管在车市寒冬与疫情双重冲击,乃至汽车行业“黑天鹅”事件频出的情况下,汽车产销还是走出了漂亮的主升曲线。乘联会数据显示,2020年1月-12月,国内乘用车终端销量累计达到1928.8万辆,降幅有所收窄,且实现了连续6个月7%左右的近两年最高增速。

与此同时,已经坚持18载、初心不变的新快报测评大奖更是如约而至,为读者献上一份岁末大礼。在这里,你能看到最公正、最客观、最权威的车型榜单。它是新快报汽车测评中心联合权威机构,经过长达半年多的深入调查,对2020年上市的上百款主流车型进行从驾控体验、性价比、智能配置、外观内饰设计等多个维度进行综合测评,从而得出最终的评选结果,并成为你最实用的购车宝典。

■新快报记者 张磊



## 年度新能源车

### 广汽埃安AION V

**获奖理由:**这不仅是“下一代智能SUV”,也是全球首款量产5G车,开启汽车万物互联时代。广汽埃安作为行业引领者,赋予AION V六大暖心科技:一键遥控泊车、GEP2.0全铝纯电专属平台、ADIGO3.0自动驾驶、四维科幻机甲造型、5G智能健康座舱、600km超长续航,完美诠释了同级最强EV及下一代ICV的独特魅力。上市首月即进入细分市场销量前三,连续4个月销量突破2000+,持续领跑A+级智能SUV市场。

## 年度智慧车

### 新宝骏RC-5

**获奖理由:**个性、智能,这是当代90后消费者绕不开的两个标签。以“智慧汽车先导者”为发展理念的新宝骏,给出了智能与个性的最优解——新宝骏RC-5。新宝骏RC-5在造型设计上,继承了“星际几何”家族式设计理念,将美学设计与实用功能相融合,独具辨识度的视觉体验让车型充满未来感。不同于其它厂商过于“冰冷”的智能化,新宝骏的智能更侧重于分析用户习惯,将智能化渗透到用户的每个用车场景。无需说“你好”,即可语音控制电话、地图导航等智能车机功能。



## 年度城市通勤车

### 广汽本田第四代飞度

**获奖理由:**出道16年,归来仍是“少年”。无论是已成中年的大叔,还是如今正当年的90后,对代表未来进阶之梦的飞度,早已有了一种“信仰”。进化到第四代,飞度精益求精,新车带来6种外观颜色和4种黑顶双色选择,为年轻群体的个性化做了功课。此外,Honda SENSING(安全超感)也搭配到这款小车上,实现同级无法比拟的安全性能。“快”不是最重要的,“稳”更显品质感。第四代飞度高强度钢使用率提高到18%,整体刚性提高了6%-13%,提升碰撞安全性能的同时,确保车身稳定。



## 年度A级家轿

### 北京现代第七代伊兰特

**获奖理由:**这是一款传承数代经典,且勇于颠覆创新的先锋产品,它在外观、空间、油耗、安全、配置等多个方面都得到了大幅度的进化升级,深度契合了当年轻人对智能化与个性化的用车需求。第七代伊兰特上市首月,便创下终端销量破万的成绩,凭借出色的产品力和精准的用户定位,成为车市寒冬下的“现象级”网红产品,带动北京现代销量迎来蛰伏后的复苏。

## ► 车市回顾/展望

### 新能源车市场爆发的核心是加速降低成本

数据显示,2020年新能源汽车产销量分别达到113.4万辆和117万辆,同比增长26.8%和12%。经过了一年的野蛮生长后,纯电动车市场呈现出首尾两端发力的迹象,上汽通用五菱和特斯拉成为年度最大赢家,特斯拉全球交付49.95万辆,而凭借五菱宏光MINI EV这一爆款,上汽通用五菱也摘得2020年中国纯电动汽车销量冠军头衔。

放眼全年表现,头部造车新势力的实力同样不容小觑。市场端层面,2020年新势力“三剑客”的全年交付量都实现了大幅上涨。其中,蔚来汽车销量达到4.37万辆,同比上涨121%;小鹏汽车交付2.7万辆,同比增长112%;理想汽车销量3.34万辆。从车型上看,理想One和蔚来ES6全部进入电动车前10的榜单。

从资本层面看,这三家相继登陆纳斯达克的新势力市值也一路高歌猛进,收获资本极大关注。

乘联会认为,新能源汽车市场的爆发既有基数因素,也有新动能的积蓄过程,其核心都是加速降低成本,满足更多消费者的需求,这是行业可持续发展的关键推动因素。

### 德系、日系依然保持强势增长趋势

从整体车市的大盘而言,传统车企在销量排行上依然占据着不可撼动的地位。从汽车厂商排名方面,销量排名前三名车企依然是为一汽-大众、上汽大众和上汽通用,排名前十的品牌中,德系品牌占据2席,日系品牌占据3席,美系品牌1席,自主品牌4席。具体来看,在大众、奥迪、捷达三品牌全部发力的

北京下,一汽-大众依旧是唯一全年销量突破200万的厂商,销量达211万辆,同比微增长1.9%。

相比之下,自主品牌“马太效应”显著。具体来看,头部自主品牌吉利汽车、长城汽车、长安汽车等在2020年整体均跑赢市场。而上汽乘用车、比亚迪、广汽传祺等则处于销量爬升阶段。由于海马汽车等品牌陷入经营困境,销量屡屡大幅下降几乎退出市场竞争,这也导致了中国品牌乘用车市场份额的进一步下降。当然,最值得一提的是,2020年日系车企增长明显,例如本田、丰田在华合资公司均实现了增长,日系品牌在2020年的市场份额也从21.3%提高至23.1%。

### 2021年1月开门红是必然的结果

对于2021年全国乘用车市场的发

展,乘联会表示,由于春节因素2021年1月有20个工作日,较2020年1月增加3个工作日,叠加疫情的低基数,因此2021年1月车市销量暴增开门红是必然的结果。

对于1月销量暴增的原因,乘联会分析称:首先,由于出口市场表现超强,国内大部分企业2020年下半年效益较好,年末红包奖励等较大,奠定节前购车消费的基础。再者,经济持续回暖,居民消费信心和购买力恢复,因此对车市回暖起较强的推动作用。此外,乘用车市场的节前旺销的核心推动力是县乡市场的购买力释放,疫情风险下的私人购车出行需求较强。

新能源产品方面,乘联会分析称:伴随上海的持续抢购新能源势头较猛,加之双积分政策对新能源产销量有更高要求,合资企业新品逐步到位,预计2021年1月的国内新能源车市仍将同比高增长。