



产销量全球第1 2019年卖了2576.9万辆汽车

文/图 羊城晚报记者 刘佳宁

2019年车市走势不出意外以销量下滑画上句号。日前,中国汽车工业协会发布2019年汽车销量数据。数据显示,2019年,汽车产销分别完成2572.1万辆和2576.9万辆,产销量同比分别下降7.5%和8.2%,产销量降幅比上年分别扩大4.2和5.4个百分点,产销量继续蝉联全球第一。

另一个统计数据也体现出车市下滑大势。乘用车市场信息联席会(以下简称乘联会)发布数据显示,2019年12月全国乘用车市场零售214.1万辆,同比下降3.4%,较2019年11月同比增速基本持平。2019年1月-12月狭义乘用车零售额同比下降7.4%,较2018年的-3%的增速下降较大,是超预期的下滑。



大量新车凭借创新技术赢得市场



2019年中国汽车产销量继续蝉联全球第一

车市呈现回暖态势

中汽协方面指出,2019年,我国汽车产业面临的压力进一步加大,产销量与行业主要经济效益指标均呈现负增长。从月度产销情况来看,我国汽车产销状况正逐步趋于好转。

乘联会认为,虽然近期车市销量持续处于负增长态势,但从2019年下半年乘用车市场的增速来看,消费市场已经筑底,稍显回

升态势。厂家生产增速、批发销量增速、零售增速都是企稳回暖。乘联会预测车市将从2019年的最惨谷底走出,2020年乘用车销售增速相较2019年的同比-8%的下滑必然有大幅改善,车市颓势逐步扭转,这是建立在内外部环境相对稳定,同时在各项支持政策取得良好成效的基础上做出的乐观判断。

值得关注的是,自主品牌在2019年下半年发起攻势。吉利汽车发布的数据显示,2019年12月销量130036辆,同比增长39.3%。2019年12月经销商终端销量约17万辆,创有史以来单月终端最高销量纪录。2019年累计销量1361560辆,位居中国品牌乘用车销量第一,超额完成全年136万辆销量目标。长安汽车发布数据显示,2019年12月,长安汽车整体销量193716辆,同比、环比分别劲增

31%及9.8%。在自主品牌板块,长安系中国品牌汽车以12月销量150361辆,同比增长35%、环比增长11.6%的市场表现,夺得了12月中国市场自主品牌销量冠军。东风风神发布的数据则显示,东风风神2019年国内全年销量为75025辆,同比增长8.5%。

乘联会方面表示,2019年的车市出现艰难局面主要是部分地区突然抢先进行国六切换,大量国五库存导致车市库存车切换压力较大,

这些切换地区在6月底前的零售车型的国六占比仅有不到一半,7月国六车型就达到95%以上。部分车型尤其是自主品牌车型出现国六断档,产品序列出现阶段性断层,被迫丢失市场份额。经销商经营压力进一步加大,造成自主品牌的2019年上半年同比下降30%的惨象,自主品牌总体市占份额也出现了近五年的新低,个别月份低于38%。伴随着下半年车市企稳,终端零售缓慢复苏,降幅收窄,经销商才有喘息之机。

上市在即 解密启辰星

日前,启辰星航班头等舱体验之旅在广州花都万江专营店举办。作为东风启辰今年的拳头车型,启辰星在广州国际车展上一经亮相就吸引了市场和消费者关注。这款车型整合雷诺-日产-三菱联盟体系的技术资源,搭载全新VSA智能模块架构,采用全新“混元美学”家族设计理念,未曾上市就具备爆款潜质。

在活动现场摆放了一辆启辰星展车,与以往的启辰车型相比,风格有了较大的变化。车头设计成为整车亮点,启辰星采用V-Galaxy星空格栅,通过渐变与延伸的设计手法,将三角光片从中间向两侧由密到疏地排列,展现星空般的美感。启辰星车尾设计采用贯穿式尾灯营造舒展拉伸的水平视觉,LED灯带带来科技感;全新车标设计沿用第二代启辰车标的核心元素,采用扁平化设计手法,强调抽象和符号化,V字形标识具有极高的车型辨识度。在现场采访中,有消费者表示,这种颇具个性的独特设计元素能彰显车主的品位,对于80后、90后车主而言具有较高的吸引力。

值得关注的还有车内空间的表现。“全平地台”便是启辰星的众多亮点之一,东风日产技术中心车型开发总监陈世耀说:“当中国主流消费者回归家庭,后排乘坐三个人便成了日常所需,这时,大多数车型后排中间的凸起,就显得拥挤不便。启辰星为了给消费者设计更加宽敞



舒适的专属空间,基于底盘空间占用最小化,乘坐与行李厢空间最大化的设计理念,全面优化整车底盘,成功打造出了全平地台。”据介绍,通过地板面上抬,解决中央通道凸起;再增大靠垫角度与后移跨点,保证脚踝点上抬后的坐姿舒适;接着下沉地板减少座椅对行李厢空间挤压;最后采用冲压式主消,保证离地间隙,改善感知质感,优化空间。同时,整车配备了零重力座椅,模拟太空零重力状态,参考人体曲线和体压分布开发,给予人体与脊椎最大的缓冲与连续支撑,有效降低疲劳;副驾驶席具备带有腿托、腰托的女王副驾驶座,主副驾皆具备座椅加热、按摩等功能。

在智能化方面,启辰星具备全车四音区语音交互、智能物联、车内K歌、权益互通、先锋高保真音响等先进功能,满足车主的科技应用需求。

(文/图 刘佳宁)

1554433辆 本田将挑战 超过去年汽车销量目标

文/羊城晚报记者 黄斯



2020年本田中国将挑战超过去年的汽车销量目标

1月9日,由本田中国、广汽本田、东风本田共同举办,以“ENJOY FUNTEC WORLD”为主题的2020年本田中国媒体大会在海南举行。在本次大会上,本田常务执行董事兼中国本部长水野泰秀、广汽本田执行副总经理郑衡、东风本田执行副总经理郑纯楷共同回顾了2019年所取得的事业成果,并且宣布了将加速FUNTEC技术升级、新产品投放,以及在中国的产能升级等事业规划,2020年本田中国将挑战超过去年的汽车销量目标。

2019年,本田中国终端销量创下了155万辆的历史最高纪录,雅阁、凌派、缤智、飞度、思域、CR-V和XR-V七款车型年销量超过10万辆;其中,雅阁、思域、CR-V三款车型年销量均突破20万辆,雅阁锐·混动、奥德赛锐·混动、INSPIRE锐·混动、CR-V锐·混动、艾力绅锐·混动等五款混合动力车型全年总销量也首次突破10万辆。

新红旗旗舰车型H9人民大会堂全球首秀

羊城晚报记者 黄斯

“中国一汽红旗品牌盛典暨H9全球首秀”上周在人民大会堂举行。自2018年1月8日,中国一汽在人民大会堂发布新红旗品牌战略以来,这是红旗汽车时隔两年再次走进了人民大会堂。新红旗品牌盛典以三个篇章依次展开,全方位、立体化展示了新红旗品牌战略发布以来取得的各项成就,并且展望了未来发展的蓝图。同时,宣布红旗将成为中国国家女子排球队主赞助商、中国国家女子排球队官方合作伙伴、中国国家女子排球队官方用车。

资料显示,在这两年的努力下,新红旗在品牌塑造、造型创意、产品研发、技术创新、品质质量、营销服务等诸多方面取得了令人瞩目的成果。2019年,新红旗销量突破10万辆大关,同比增长200%以上,比预计的计划整整提前了一年。同时,2019年第三方调研数据表明,新红旗品牌已经成为中国汽车行业最受欢迎的高端汽车品牌之一。中国第一汽车集团有限公司董事长、党委书记徐留平在活动现场还宣布了2020年20万辆、2022年40万辆、2025年60万辆、2030年80万-100万辆的年销量目标。用10年的时间



新红旗旗舰车型H9亮相

向百万销量目标发起冲击。在智能网联领域,2020年新红旗产品实现自动驾驶L3级量产,2021年新红旗产品将实现自动驾驶L4级量产。

此外,新红旗旗舰车型——红旗H9在活动现场也进行了全球首秀。官方表示,这是一款集新红旗最新设计理念和最新前瞻技术于一身的产品,由新红旗团队运用全球资源全新打造的扛鼎之作。新红旗H9这款豪华旗舰轿车,具有五大超越创新,奠定新时代新红旗设计灵魂,九大顶级技术。在车型定位上,官方将H9定义为C+级豪华轿车,剑指迈巴赫、劳斯莱斯、宾利。

越秀银幸

YUANJIU SILVER BEAUTY

★核心城区★医养结合
★五星品质★国企保障

热烈祝贺 越秀银幸颐园(赤岗)养护院 成为医保定点、长护险定点单位

- 养老床位春节特惠, 提供短住服务
- 认知症中心、特护中心大特惠



扫码预约

同期热售:

越秀银幸颐园(大德路)养护院

越秀银幸颐园(晓园北)养护院

广告

020-31957047

海珠区赤岗西路333号

020-83320066 越秀区大德路308号

020-84276987 海珠区晓港中马路132号之一

越秀区晓港中马路132号之一

越秀区晓港中马路132号之一