



2019 销量盘点



卖得好

文/图 羊城晚报记者 刘佳宁

是有原因的

部分车企 2019“成绩单”解读

看点1

一汽大众销量超210万辆 奥迪以价换量见成效

一汽-大众数据显示,一汽-大众2019年全年销量达到2129976辆,同比增长3.8%,成为国内首家跨入年销量210万辆的车企。其中大众品牌2019年销量达到1398088辆;奥迪品牌2019年累计销量达到688888辆,同比去年增长4.2%。

从具体车型来看,奥迪A6L在去年共计售出了131185辆;Q5L共计售出138970辆;奥迪A4L共计售出168473

辆;三大主力A级车型Q2L、A3以及Q3合力贡献了全年总量的28%。而成立不到四个月的新品捷达凭借两款车型,2019年累计销量达43000辆。这里面有两点可以关注,其一是一汽-大众补足SUV短板后,销量再度发力。其二是奥迪在下半年凭借大幅优惠的策略,急速拉升销量。其中,Q5L和A6L两款车型价格在落力优惠之后,销量上涨明显。据记者走访市场了解到,由于“太好卖”,目前Q5L的优惠幅度相较2019年优惠最高的8月、9月有所回调,但A6L则保持优惠,目前部分低配车型裸车价约为33万元左右,两款车型终端零售价格较为接近,有消费者转而从Q5L投入A6L怀抱。

向来占据月度销量前三的一汽-大众、上汽大众和上汽通用中,唯上汽大众尚未公布业绩。上汽通用方面,2019年12月,上汽通用销量为12.04万辆,2019年累计销量为146.33万辆。其中别克品牌累计销量为83.73万辆;雪佛兰品牌累计销量为41.35万辆;凯迪拉克品牌累计销量为21.25万辆。

观察:正所谓“普罗大众”,大众品牌在国内车市成为最大的赢家。一汽-大众和上汽大众,再加上进口大众,构建起庞大的大众家族。德系品牌向来给予消费者严谨、精致等形象。但个别销量巨大的大众车型在近期的第三方碰撞测试中得到“差评”,这一事件不仅引发消费者热议,也为品牌含金量带来冲击。作为第一梯队的大众军团,如何挽回品质口碑,这一点恐怕值得思考。

看点3 日系多爆款 销量逆势扬

2019年,多款日系品牌车型在市场上受捧,新轩逸、新卡罗拉、雅阁、凯美瑞、亚洲龙、全新荣放、皓影乃至即将上市的威兰达等,这批车型成为车市里坚挺的力量。

日前,本田中国公布了2019年本田品牌在中国的终端销量数据。数据显示,2019年全年本田在中国的终端销量达到155.4万辆,创下年度销量历史最高纪录。具体来看,两大合资公司表现算是平分秋色:广汽本田全年累计销量为76.65万辆,同比104.1%;东风本田终端累计销量为78.89万辆,同比113.2%。思域、本田

CR-V、雅阁三款车型表现尤为出色。其中思域累计销量超过22万辆,CR-V和雅阁则均突破20万辆。本田XR-V、凌派、缤智和飞度这四款车型的年销量分别超过了10万辆。

一汽丰田和广汽丰田方面,2019年一汽丰田全年累计销量达到73.8万辆,同比增长了2%。其中,全新卡罗拉在2019年的总销量达到357798辆,占一汽丰田2019年总销量的48.5%,此外,亚洲龙在刚刚过去的2019年12月销量为9074辆,2019全年的销量为62329辆,占一汽丰田2019年总销量的8.5%。广汽丰田2019年12

月销量为57784辆,同比增长37.46%,1月-12月累计销量682008辆,同比增长17.59%。

虽然东风日产2019年全年销量数据尚未出炉,但早在2019年11月东风日产已经实现百万辆销售目标。按照2018年全年116万辆的成绩看,2019年成绩或与之相近,但过百万辆的销售成绩已属不易。

不过,马自达汽车在2019年的表现有点不尽如人意,全年销量是22.77万辆,同比下跌16.3%,其中一汽马自达年度销量为9.14万辆,同比下跌16.5%,而长安马自达年度销量为13.63万辆,同比下跌16.8%。

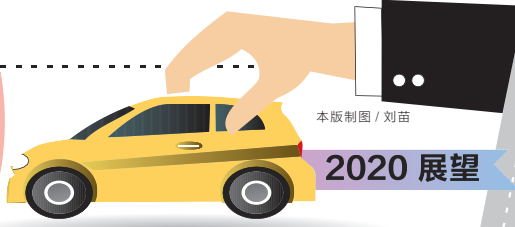


凯迪拉克旗下SUV销量增长明显



日系车型出现不少爆款

观察:多家日系车企可以说在2019年过了个“肥年”。为何寒风阵阵,日系品牌依旧能取得较好成绩?无他,本地化,了解消费者需求而已。通过观察,日系阵营里卖得好的车型大多在性能、空间、配置、造型上取得较好的平衡。产品虽无十分突出之卖点,但也没有明显短板。再加上日系车型售后方便,耐用性出色,综合而言,这就是适合消费者多场景使用的产品。了解消费者需求,是日系车型的拿手好戏。



2020 展望

车市狼来了!

文/羊城晚报记者 刘佳宁

林肯迈出国产第一步

首先要关注的是豪华车阵营。在走量的多家豪华车车企中,此前只有林肯和雷克萨斯以进口形式进行销售。但在2019年年末关口,林肯也加入到国产化阵营。2019年12月27日,林肯汽车首款国产车型——林肯冒险家Corsair开始预售。这款SUV车型共有尊贵版(前驱)、尊享版(前驱)、尊雅版(前驱)、尊耀版(全驱)和尊耀版(全驱)五款车型配置,预售价格分别为人民币248000元、260000元、280000元、305000元和350000元。

起步价不到25万元,搭配丰富的配置和2.0T发动机(最大功率245马力,峰值扭矩为390N·m)再加上林肯品牌的加持,这使得林肯和凯迪拉克、捷豹路虎以及沃尔沃四者之间的竞争趋向白热化。据林肯方面表示,冒险家只是国产化的第一步。接下来还将有其他车型陆续加入国产阵列。市场人士预计,新车上市后,如果市场终端售价出现优惠空间,那

么这款车型甚至会给第一梯队的部分车型带来直接的竞争。

林肯国产了,那么雷克萨斯的国产还会远吗?虽然雷克萨斯国产传言已有数年之久,而向来都是只闻其声,不见动作。2019年12月中旬,前广汽丰田执行副总经理李晖出任雷克萨斯中国执行副总经理,这一人事变动也被部分人士解读为国产化做准备。

不管这是否是过度解读,起码雷克萨斯在市场上的日子还很滋润,国产化未必迫在眉睫,但不可否认豪华车阵营进一步“本土化”是车市竞争的真实写照。

特斯拉来了,新能源车市场更好玩

车市竞争的另一个热点来自造车新势力。多家造车新势力在元旦前夕宣布新车下线以及工厂投产。例如在2019年12月25日,小鹏P7长续航车型发布;12月28日,首批天际ME7在位于浙江绍兴的工厂正式下线;12月30日,ARCFOX 首辆试产车在北汽麦格纳镇江工厂正式下线……同

时,包括理想汽车、拜腾、蔚来等车企在近日也动作不断。造车新势力的集中发力,除了凸显车市竞争激烈外,其实也在看谁能以先发制人的态势抢夺市场。

就在2020年1月3日,特斯拉方面表示,中国制造的Model 3于1月7日正式交付。补贴之后,标准续航升级版售价299050元起,首付可低至4.5万元。这一调价行为将Model 3直接杀入30万元区间市场。在美国市场,



林肯首款国产车型——冒险家上市

Model 3 可谓一夫当关。2019年,该车型在美国的销量接近16万辆。随着Model 3国产化开启,市场预计这一车型在中国车市将成为特斯拉的新的增长极。同时,特斯拉旗下另一款车型Model Y也将国产,对于新能源车市场来说,特斯拉这只“狼”真的来了。

市场人士认为,新能源车市场将快速进入红海,毕竟在2019年新能源车市场被狠狠撞了腰,随着合资品牌和豪华车品牌的杀入,2020年的新能源车市场要比想象中艰苦得多。

中型轿车细分市场意外“爆红”

说起合资中型轿车,它在轿车市场中占有重要的地位,像是一道分界线,能够满足消费者重视的档次感、产品力均衡、大部分用车需求,可以说宜商宜家。合资中型车在市场中受欢迎的程度不可小觑。但相比2019年下半年20万元级合资SUV新车上市频频爆发,20万元区间合资中型轿车本来略显平静。不过到了2019年年底最后一周,本来平静的合资中型轿车细分市场却因为中保研公布的碰撞试验成绩而变得喧闹不已,在中

碰撞测试发酵

合资中级轿车市场有反应

级轿车市场持续热销的帕萨特“一撞成名”。

毫无疑问,2018年前后才是20万元级中型轿车竞争瞩目的年份,继TNGA架构的凯美瑞之后,雅阁、帕萨特和天籁完成换代上市,2019年TNGA架构的亚洲龙也进入市场。如今中型车市场强手如云,日系的凯美瑞、雅阁、天籁、亚洲龙、阿特兹、INSPIRE,德系的迈腾、帕萨特、速派,美系君威、蒙迪欧、君越,加上越来越小众的法系,都有着自己的市场定位。

有了缺点就会遭遇销量滑铁卢?

目前中国汽车市场已经不是高速增长阶段,碰撞测试垫底的帕萨特在市场上是否遭遇滑铁卢?原来属于它的准用户会不会有大的流失?

从事汽车销售多年的覃先生表示:未必。因为这一品牌历年来的负面新闻并不少,但是到现在为止它的总体销量依然是领先的。此外,相信这些暴露出来的产品问题的解决,也只是时间问题而已。类似的还有前几年其他品牌热卖SUV遇到的发动机机油增多问题,也只是遇到一个短暂低潮期,现在销售情况也是红红火火的。

覃先生认为,一部分年龄较大的人群是没有上网习惯的,网络上的热点话题信息他们不一定清楚,更多只是凭借

着自己的经验和固有印象去选车。还有一部分消费者是知道这些问题的,但是有车商提供的大幅优惠以及产品其他实力的诱惑,也会自己权衡取舍。

现在中型轿车优惠足

离春节已经剩下不到20天了,汽车销售也还在继续努力地吸引客人,最有力的手段莫过于价格优惠,目前合资20万元级中型轿车无论热销与否,优惠幅度都不算小。作为目前还在漩涡中的大众帕萨特,目前报价优惠是2.5万元,市场人士反馈,碰撞成绩出炉后,确有短期影响,目前优惠较此前增加了5000元;而迈腾的报价优惠也有2.24万元,相比之前一段时间,优惠力度反而是有收窄了。

日系方面,目前广汽丰田凯美瑞延续着此前的策略,没啥现金优惠;一汽丰田亚洲龙新增的2.0升车型则有5000元的报价优惠。相比之下,广汽本田热销的雅阁目前报价优惠最高达1.2万元,东风本田INSPIRE目前报价优惠也达1.1万元。而销量正在爬坡上扬的东风日产天籁,目前报价优惠达到了2.2万元。

美系品牌方面,延续着大力优惠的风格。别克品牌君越目前价格直降3万元,君威价格更是直降3.3万元,还有豪华大礼包。而长安福特蒙迪欧优惠也不少,达到2.6万元。

车内安全指数堪忧

头部保护安全气囊,假人头部两次接触硬体结构。同时,结合中保研公布的数据来看,乘员舱上部侵入量达到了44,创下了C-IASI测试中最差的纪录。新帕萨特测试中除了胸部、大腿和腿部的成绩为优秀(G)以外,头部、颈部、腿部和脚部的成绩均为较差(P)。数据显示,测试车型帕萨特成为C-IASI迄今为止第一款测试中头部和颈部成绩为较差(P)的车辆。



“朋友圈”里那张热传的照片

春节临近,车市进入农历年最后一波冲刺。不少商家为了完成全年任务,2019年年末冲刺销量时,优惠力度见涨。不过,要用旺来形容就有点言过其实,只能说,春节用车需求为车市带来一股小小的暖风。

奥迪Q5L卖光了? 别担心,逗你玩的

文/图 羊城晚报记者 刘佳宁

奥迪 Q5L 成“现象级”车型

日前,一张图片在车迷圈疯传。奥迪Q5L展厅中贴着一张显眼的海报,内文写着:“Q5L 去哪里了?!”卖完啦,大概这样看看吧。”海报旁边则是一辆模型车。展车?按照朋友圈内文表述就是卖完了,没有展车可看。

2019年下半年,奥迪Q5L成为豪华车市场中一枝独秀。2019年,奥迪Q5L共销售138970辆,由于上半年Q5L销量低迷,优惠开闸之后,销量明显大幅增长,多个月销量破万辆。

但该车型是否真的热到脱销?记者走访市场了解到,脱销是不存在的,库存车也是有的,想订车也不用等很久。所以,想买车的并不需要“恐慌”。只要你有钱,车永远在等你。

在多家奥迪销售门店,记者了解到,不仅展厅有Q5L现车展示,如果不是指定颜色和配置,不少经销商手里还有相应的库存车可供选择。如果要订购心仪的颜色或配置,一般在一个月左右也能提车。价格方面,由于目前不少经销商在售的都是2020款车型,配置上较2019款有所提升,因此很难单纯进行售价对比。总体而言,目前优惠幅度与前两月相比并无上涨,如果选购中高配车型,优惠力度甚至比之前还要略大一些。

经销商库存指数仍在警戒线上

2019年年末购车高峰,的确带动车市走暖,个别车型在市场上价格较为坚挺。记者在东风本田某销售门店了解到,此前优惠过万元的某款运动型轿车,近期优惠幅度减少。销售人员张先生表示,该款车型较受市场欢迎,最近优惠只有3000元左右。而另一款日系车型亚洲龙也是市场热销车型之一。低调这个词用在亚洲龙身上倒是合适。这款车型在市场上销量不高,但销量却见涨,2019年11月的销量达到9000辆,以此趋势看,月销破万并不难。因此,该款车型优惠欠奉,部分配置的车型还需要等车。

农历新年只是为市场带来一点暖风,要想吹旺车市并不现实。市场人士指出,库存数据就能体现出当下车市的难处。日前,中国汽车流通协会发布的最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示,2019年12月汽车经销商库存预警指数为59.0%,环比下降3.5个百分点,同比下降7.1个百分点,库存预警指数位于警戒线之上。中国汽车流通协会表示,作为2019年年底冲销量季,经销商加大清库力度,双十二及圣诞节活动,以及部分地区车展,刺激消费者购车,部分消费潜力释放,但是市场整体还是没有太大的改善,消费者进店看车以及购买意愿相比往年较弱,销量受到影响。调查显示,春节期间工作日减少,且由于大部分消费者回家探亲或旅游度假,新年成交量会进一步降低,预期1月份销量相比去年12月份会有大幅度下降。

车市探营

文/羊城晚报记者 黎存根