



广州车展“赶考”存量市场

走过“黄金十年”高速发展期的中国车市，遭遇销量低增长考验。据中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）预计，今年国内车市销量负增长将达8.9%。在燃油车销量趋缓、新能源汽车补贴明年即将退出背景下，作为“收官”2019年、“展望”2020年车市的第十七届广州国际汽车展览会（以下简称“广州车展”）近日如约而至。面对“增量”转“存量”的中国车市，本届广州车展，各车企推出的新车阵容不再“广撒网”，而是针对增量细分市场定点布局，以期在未来抢占更多市场份额。同时，为满足国内消费升级需求，高端车型也成为自主品牌、国外品牌车型增量争夺的新战场。

再抢高端份额

本届广州车展，展车总数为1050辆，虽然站稳千辆展车“红线”，但相比去年1085辆的参展数量，小幅缩水。其中，全球首发车38辆，跨国公司首发车10辆；概念车30辆，其中国际品牌17辆，国内品牌13辆；国内外参展车企共展出新能源汽车182辆，其中国外企业展车70辆。

虽然在国内车市低迷背景下，本届广州车展参展车型总数小幅下滑，但车企的新品战略更具针对性，而满足消费升级需求的高端车型，成为各车企争相布局的重点。数据显示，今年前9个月，国内乘用车销量同比下滑2.9%，为近十年来最低水平。但是，豪华车细分市场却走出同比增长17.2%的上扬线。同时，上险数据显示，2016年以来，豪华品牌车型销量市占率持续环比正增长。今年前9个月，豪华品牌累计销量占比已提升至15.2%。目前，中型轿车、大中型轿车及中型SUV成为豪华车市场最关键的细分市场，三个细分市场销量总和占豪华车整体67.7%的市场份额。

对此，作为一线豪华阵营的BBA（奔驰、宝马、奥迪）三大品牌，在本届广州车展推出的新车型再探高端市场。其中，早已完

成从轿车到SUV车型布局的奔驰，此前在百万级豪华车市场推出梅赛德斯-迈巴赫S级车型并取得销量成功后，选择在本届广州车展全球首发梅赛德斯-迈巴赫GLS SUV，预计明年下半年开始发售，在国内高端SUV车型市场需求量增长背景下，谋求百万级SUV车型细分市场销量空间。奔驰相关负责人表示：中国是全球最大豪车市场，同时产品竞争也十分激烈。

同时，作为奔驰老对手的宝马，今年持续加码高端SUV车型战略，本届广州车展推出全新X6车型，该车型也成为今年宝马“X之年”推出的第六款车型。作为高端SUV细分市场，轿跑SUV销量的不断提升，已成为豪华品牌销量争夺战的帮手之一。此前，奔驰推出GLE COUPE车型，近日奥迪也推出Q8车型，纷纷布局高端轿跑SUV领域，本次宝马X6换新也将与奔驰GLE COUPE、奥迪Q8展开新一轮争夺。

事实上，在豪华品牌再度争抢高端市场份额的同时，车市基盘的普通品牌也向上拓展销量空间。本届广州车展，上汽通用别克昂科威亮相展台，该车型定位中大型豪华SUV，官方指导价为29.99万-35.99万元；Avenir艾维亚版官方指导价为37.99万元。上汽通用别克昂科威29.99万-37.99万元的售价，正好切入广汽丰田汉兰达与上汽大众途昂之间，上汽通用汽车相关负责

人透露，别克寄希望于高价位SUV打开高端市场。

汽车行业专家颜景辉认为，对于各车企来说，布局高端车型在提升品牌力的同时，能够赚取更多单车利润成为关键。稳利润已成为车企应对车市低迷的重要一环。

“混动”重回赛道

值得一提的是，在部分车企向上拓展高端车型销量增长空间的同时，对于话语权即将交回市场的新能源汽车市场，密集推出的混动车型则成为本届广州车展亮点之一。

今年3月26日，财政部、工业和信息化部、科技部和发展改革委四部委联合发布《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》。相比2018年，补贴退坡幅度均超50%，地方补贴正式取消。数据显示，今年10月，国内新能源汽车销量为7.5万辆，同比下滑45.6%，已连续同比下滑4个月。据中汽协统计，自6月26日新能源汽车补贴标准退坡起，国内新能源汽车销量在7-10月已出现“四连降”，同比降幅分别为4.7%、15.8%、34.2%以及45.6%，降幅持续扩大。由于纯电动车型电池仍占整车较大成本，在高成本面前，目前各车企均倍感压力。据了解，在纯电动车型

高成本与车企“双积分”政策考验面前，进入市场化竞争的新能源车市场，各车企在本届广州车展开始密集推出混动车型，押宝新增增长点。

其中，一汽-大众奥迪发布插电式混合动力车型A6L 55 TFSI e quattro，与已经征战车市的宝马530Le同台竞争；一汽-大众推出迈腾GTE插电式混合动力车型，与上汽大众帕萨特PHEV争抢市场份额的同时，也补齐自身在新能源中级车体系的短板；多年来仅靠一款车型独撑大局的腾势，在奔驰出手“救场”后，本届广州车展推出腾势X车型，并将同时提供纯电动版和插电式混动版两种车型。

此外，一直深耕纯电动车型的自主品牌，也在向混动车型偏移。本届广州车展，领克品牌推出领克01混动版，与已经上市的领克01 PHEV一起增加产品选择度和竞争力；上汽荣威在推出与RX5车型高低搭配的RX5 MAX车型后，带来RX5 MAX插电混动版车型，进一步完善产品阵营；上汽大通展出台亮相的全新一代PHEV系统，未来将搭载至旗下新款车型。同时，肩负广汽传祺业绩回升重任的新款GS4，本届广州车展也推出插电式混动车型，组团突围国内车市。

业内人士表示，一直以来，混动车型被认为是目前新能源出行的解决方式之一。

在新能源车补贴退场局面下，纯电动车型与混动车企已被拉至同一竞争赛道，各车企也寄希望于该车型重振销量。

销量向头部集中

实际上，各车企在本届广州车展为存量市场谋突破的同时，目前中国汽车品牌的集中化趋势，也让部分车企爽约展台。

据统计，东风雪铁龙、众泰、力帆、纳智捷、长安铃木等十余家车企并未出席本届广州车展。其中，此前猎豹汽车、众泰汽车、华泰汽车、力帆汽车曾身陷“破产”传闻。虽然四家车企纷纷出面澄清，但仍难掩背后的业绩困局。其中，今年上半年众泰汽车销量为6.49万辆，同比大降55.3%；去年猎豹汽车销量为7.76万辆，今年上半年销量仅为2.83万辆；今年前10个月，力帆乘用车销量同比下滑73.5%。

除上述四家车企，缺席本届广州车展的华晨中华、斯威、东风雪铁龙、东风雷诺等车企业绩状况也并不乐观。作为拥有东风雪铁龙、东风标致两大法系品牌的神龙汽车有限公司（以下简称“神龙汽车”），由于销量持续低迷，今年销量目标仅为23.5万辆，但目前完成度仅为55%。为摆脱低迷现状，神龙汽车启动“元”计划，希望通过整合架构、开源节流等方式摆脱困境。此前，首家东风雪铁龙与东风标致双品牌协同店开业，也成为“元”计划降本增效的举措之一。面对在华销量低迷局面，本届广州车展，标致全球CEO安托托对北京商报记者表示：中国仍为标致全球核心市场，本届广州车展推出的全新2008车型，研发之初便由中国与法国团队联合设计，以满足中国消费者需求，对于标致来说，目前保证盈利成为关键。

值得注意的是，目前国内车市销量已从此前追逐式向头部车企集中。数据显示，今年前10个月国内汽车销量为2065万辆，同比下滑9.7%。其中，一汽-大众、上汽大众、上汽通用、吉利汽车、东风日产五家车企销量均迈过百万辆大关，逐渐拉大与其他车企的销量差距。

中国汽车工业协会秘书长助理许海东认为，国内车市低迷局面下，头部车企通过战略调整能够保住市场份额，未来国内车市销量集中度将进一步提高，缺乏竞争力的车企将面临市场风险。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄

2019第十五届“商务人士眼中的魅力车型”评选启动

商务人士偏爱哪款车

2019年，中国汽车市场销量进入缓增区间，明年车市还将继续震荡调整。根据中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）发布的数据显示，今年10月，国内汽车销量为228.4万辆，同比下滑4%；今年前10个月，国内汽车销量为2065.2万辆，同比下滑高达9.7%，中国汽车市场结束“黄金十年”。

中汽协副秘书长师建华表示，今年国内车市销量持续下降，整车企业需要进行调整，但车市下行也给车企带来转型机遇。中汽协预测，今年国内车市销量负增长将达8.9%。同时，对于明年车市表现，乘用车信息联席会给出1%的增长预测。

在国内车市销量负增长已成定局背景下，经销商新车销售利润备受挑战，为增强产品活动，今年车企仍然以近百款的新车阵容，欲刺激汽车市场消费热度，而造车新势力进入交付后的销量争夺战也更加激烈。事实上，无论是传统车企还是造车新势力，密集推出新品，最终还需消费者进行检验。对于各车企来说，作为核心的中国市场，推出符合中国消费者用车及消费升级需求的产品，已成为车企间能否胜出销量争夺战的关键。而今年车企推出新品的受欢迎程度与品牌魅

力价值也将为企业明年谋求再度增长的重要一环。

近年来，年轻购车群体逐步崛起，各车企也针对该消费群体需求布局车型。然而，作为消费潜力巨大的商务人士，更是汽车消费主力军，并且商务人士消费观念的变化也代表社会主流发展趋势，反映出中国汽车消费的新动向和价值认知。能够满足商务人士用车需求的车型，也成为明年车市的风向标。

为此，定位商界精英为主要读者群的京城发行量最大综合类经济日报——北京商报，在第十七届广州国际车展期间正式启动2019第十五届“商务人士眼中的魅力车型”评选。

作为肩负车市“收官”与“展望”双重重任的广州车展，历来是各车企总结和规划来年的关键时期，而已走过14年的“商务人士眼中的魅力车型”评选，同样

吸引大批商务人士和读者积极参与，获奖车型与企业也成为车市上消费者青睐的品牌。在过去十余年评选中，上汽通用、宝马、奔驰、奥迪、上汽大众、一汽丰田、广汽本田等多家主流企业及车型均获得相关奖项，表明消费者对品质和魅力的认可。

此次评选活动分为网络海选、专家测评等环节，每个环节都秉持着专业、公正、权威的原则，用最严谨、最有效的方式选出商务人士眼中真正喜欢的品牌车型，极具含金量。

相比去年评选，今年评选内容还针对本年度中国汽车市场新增造车新势力大奖、超豪华品牌车型大奖、新车电商平台大奖及二手车电商平台大奖等奖项，同时聚合北京商报融媒体优势，结合当下热门车型进行评选，最终花落谁家值得期待。

按照评选的规则，本届车型评选将历时3个月，在此期间读者可通过北京商报网及北京商报微信公众平台与信函投票。最终评选结果将于2020年初在北京商报汽车周刊、北京商报网、北京商报微信公众平台上共同颁布。

北京商报记者 刘洋

明年合资自主新能源市场入竞争元年

刘蔚漪

没有哪家主流车企敢否认，在“双积分”政策实施和“新四化”压力下，电动化已经成为自己绕不过去的一道坎。

第十七届广州车展上，全球首发车型38款，概念车30款，展车总数合计1050辆，其中，新能源展车182辆，占到展出车型数量的1/5。一圈展馆走下来，能看到很多全新电动车的面孔，当然，他们中的大部分都要承担自己品牌2020年的销量任务。

紧凑型纯电动SUV——ID. 初见将于明年在一汽-大众实现国产，同持大众标志的两厢紧凑型纯电动车型ID.3将由上汽大众国产，他们全部诞生于大众MEB全新平台，到2023年，大众将有10款纯电动车型面市；别克VELITE6微蓝电动汽车和雪佛兰首款纯电城际轿跑畅巡让上汽通用的展台也变得“电力十足”；北京奔驰推出纯电SUV EQC；北京现代展出基于昂希诺的纯电动车型；东风标致推出首款基于2008车型打造的纯电动车型——e2008……没错，几乎每家合资车企都在本届广州车展发布并展出电动车的新成员。与此同时，全新雷克萨斯纯电动UX 300e迎来全球首发。据悉，2020年雷克萨斯首款量产纯电动车型上市销售，未来3-5年推出首款插电式混动车型，并投入使用

全新纯电动车专属平台，2025年旗下所有车型提供电气化版本。奥迪在发布在华电气化战略后，奥迪e-tron和Q2Le-tron正式上市并亮相广州车展，其中Q2Le-tron则是奥迪首款国产纯电动车型。

不论政策导向还是市场指引，外资、合资品牌积极向电气化转型，且有实际产品落地，是2019年的新气象。这意味着，2020年会有越来越多豪华电动汽车和合资电动车进入市场，新能源汽车市场格局将面临改变。这对起步较早的自主品牌来说，外资、合资品牌电动化的集体出击，将是前所未有的严峻挑战。

“到2030年，我们将实现电芯的能量密度翻番，从而为我们的客户提供两倍的续航里程。”宝马集团董事长齐普策11月14日在宝马集团慕尼黑全新电芯技术中心启用仪式上宣告。宝马2017年在沈阳打造电芯研发、生产及测试于一体的动力电池中心，是在华开设电池中心的首家外资车企。

如果更多合资品牌像宝马一样在电芯研究、原型生产、原材料采购等方面实行“贯穿整个价值链”的策略，对于自主品牌而言，2020年的确是电动化竞争更艰辛的一年。