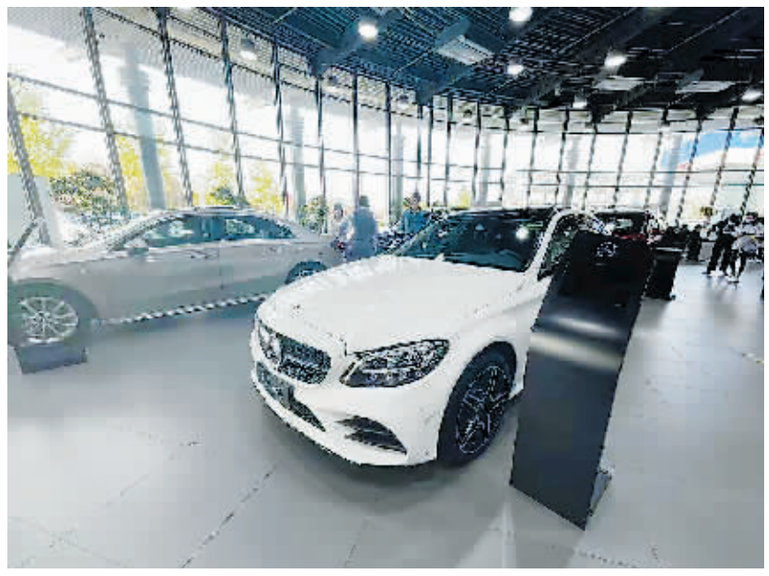
主管总编辑助理 韩哲 编辑 刘洋 美编 李烝 责校 杨志强 E-mail：sbsdcar@vip.sina.com

BBA突破40万辆 豪华车在华明争暗斗

消费升级下的国内车市进入“2.0”竞争时代，其中每年豪华品牌间上演的销量博弈成为关注焦点。随着各大车企相继公布年中考成绩单，豪华品牌最新排名也正式出炉。北京商报记者梳理发现，今年上半年，国内豪华车市场份额增长13.9%，其中第一阵营三强奔驰、宝马、奥迪（BBA）销量均迈过40万辆，去年经历洗牌后的座次趋于稳定。同时，二线豪华品牌阵营的争夺最为激烈，一汽红旗冲至榜首，凯迪拉克和雷克萨斯位列第二和第三名。值得一提的是，在一、二线阵营各自“内斗”的同时，跻身一线阵营也成为凯迪拉克等品牌的目标。如果说，燃油车时代一、二线豪华品牌间暗自较劲，电动化转型中则已变为“明争”。



宝马再领跑

作为国内一线豪华品牌，BBA占据豪华车市场2/3的市场份额。为稳定销量基盘并保住利润，BBA间的竞争加剧。

数据显示，今年上半年，宝马以46.7万辆的销量成绩领跑，同比增长41.9%；紧随其后的奔驰销量为44.2万辆，同比增长27.6%；奥迪销量则为41.9万辆，同比增长38.6%。从排名上看，BBA依然保持去年的座次，不过虽然奥迪的销量成绩仍位居第三位，但已开启追赶模式，今年上半年增速超越奔驰。

从车型上看，宝马夺冠的主力仍为3系、5系和X3三款热销车型。数据显示，今年上半年，宝马3系累计销量达10.2万辆，并成为BBA中销量最高的车型，在整体轿车销量排行榜中也冲进前十位。宝马5系销量为9.09万辆，在高端轿车排行榜中排名第二位。而在SUV排行榜中，宝马X3凭借7.9万辆的销量跻身第11位。

宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示：“在消费升级和众多新产品推动下，上半年豪华汽车市场增速‘跑赢’整体汽车市场。”

相比宝马，奔驰由于芯片拖后腿，在华整体销量受到抑制。今年上半年，奔驰C级销量达8.5万辆，位列高端轿车排行榜第三名；奔驰E级销量为7.81万辆，奔驰GLC销量为7.82万辆。不过，北京商报记者注意到，近期三款车型销量均出现下滑。其中，今年5月奔驰GLC销量同比下滑近三成；6月奔驰E级销量同比下降41.4%，奔驰C级销量同比下降19.4%。对此，奔驰方面表示，奔驰遇到的芯片短缺问题更为突出，主力车型车源紧俏，导致奔驰无缘销量冠军。奔驰近日发布声明显示，全球半导体短缺严重限制了汽车交付，6月芯片供应链尤为紧张，且未来两个季度芯片短缺问题仍将持续。

此外，BBA中垫底的奥迪，虽然今年上半年销量与宝马相差近5万辆，与奔驰相比超2万辆，但其较高的增速成为亮点。其中，今年上半年一汽-大众奥迪A4L销量为7.91万辆，同比增长49.1%；一汽-大众奥迪A6L销量为9.35万辆，同比增长26.7%；一汽-大众奥迪Q5L销量达7.75万辆。

业内人士表示，从今年上半年BBA销量排名看，全年座次排名依然存在变化的可能。今年三季度开始，BBA间的争夺将再次升级，而其中的变量为开启追赶模式的奥迪。

重塑销量格局

在BBA格局暂时稳定的同时，二线豪华品牌间的卡位战则更加微妙。

此前，二线豪华品牌前三位维持着凯迪拉克、雷克萨斯、沃尔沃的格局，但今年上半年一汽红旗的杀入，使得二线豪华品牌固有格局被打破。

数据显示，今年上半年一汽红旗销量高达14.5万辆，同比增长107%，紧随其后的凯迪拉克销量为12.2万辆。目前，雷克萨斯尚未公布6月销量，但今年前5个月的数据显示，雷克萨斯销量为10.2万辆，紧追凯迪拉克。

不过，北京商报记者注意到，虽然一汽红旗摘得上半年二线豪华品牌销量冠军，但其销量结构也面临质疑。目前，一汽红旗共7款车型在售，但销量支柱为中型轿车H5和中型SUV HS5，两款车型占总销量的比重过半，其中H5官方指导价仅为14.58万-19.08万元，HS5官方指导价为18.38万-24.98万元，两款车型起售价均低于20万元，而高端车型红旗H9今年上半年销量仅为1.36万辆。业内人士认为，豪华品牌“含金量”还是要看高端车型在整体销量中的占比，尽管整体销量领先，想要在豪华品牌中被承认，一汽红旗要走的路还很长。

除二线豪华品牌前三强，排名第四和第五位的沃尔沃和林肯，也在为全年杀入前三位争抢销量。数据显示，今年上半年沃尔沃在华销量为9.5万辆，同比增长44.9%。主力车型XC60销量为3.5万辆，同比增长41.5%。而加速国产车型投放的林肯，在华销量也持续增长。今年上半年，林肯在华销量为4.23万辆，同比增长高达111%，也创造林肯在华“最好上半年”。目前，林肯冒险家、飞行家、航海家均已国产，其中今年上半年冒险家销量达2.4万辆。

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示，今年二线豪华品牌间的竞争尤为激烈，全年销量排名可能出现洗牌。

电动攻势升温

事实上，相比在燃油车市场持续上演的销量争夺战，随着新能源汽车市场销量稳定增长，各豪华品牌已将该领域锁定为新战场。

其中，BBA早已摩拳擦掌。按照宝马的规划，今年将在华推出25款车型，其中纯电动BMW iX备受关注。宝马规划了清晰的电动化转型路线图，加速电动化攻势，计划到2025年在华推出12款纯电动BMW和MINI车型，覆盖所有主流细分市场。同时，今年下半年奔驰将引入EQA、EQB以及全新EQS三款全新纯电车型，提速电动产品布局。其中，EQA纯电SUV及EQB纯电SUV将在北京奔驰生产。除纯电动车型，今年9月奔驰全新长轴距C级插电混动版车型也将上市。

相比于BBA，目前二线豪华品牌也将电动化提上日程。去年12月，一汽红旗E-HS9正式上市，共推出四款车型，官方指导价为50.98万-72.98万元。同时，根据一汽红旗规划，到2023年红旗传统燃油车型将全面实现电驱化；到2025年，红旗纯电动车型销量占比将达25%以上。此外，在沃尔沃的电动化战略中，到2022年第三代XC90纯电版本将上市；到2025年，沃尔沃计划拥有5款纯电车型，并预计这些车型销量占总销量的比重过半；到2030年，沃尔沃将发展成为纯电动品牌。

颜景辉认为，在新能源汽车领域，各豪华车品牌均站在同一起跑线上。随着产品布局不断完善，各品牌间的竞争将更加激烈，或许新能源时代豪华品牌的排名将重新洗牌。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄

智趣夏令营 创想正当时
2021上汽通用汽车开放日邀你登陆“快乐星球”

什么是“快乐星球”？这个夏天，让上汽通用汽车带你一起研究。8月12日-13日，“2021上汽通用汽车开放日——小小创客‘趣’造车”活动将重磅回归，带孩子们过一个不一样的暑假。在“攻城狮”的引领下，小创客们不仅将解锁智能科技地标——上汽通用汽车体验中心，还将深入智能工厂，揭开机器人造车的奥秘，收获了不起的知识。即日起至8月6日，全国8-14岁的亲子家庭（一位家长限带一个孩子），只需关注“上汽通用汽车”微信公众号进行报名，即有机会加入到小小创客的队伍，一起踏上探索上汽通用汽车“快乐星球”的奇妙旅程！

“上汽通用汽车开放日”为业内首创面向公众的实地体验和交流互动的公益平台，至今已成功举办7年，带领全国1500多位幸运嘉宾走进上海金桥、山东烟台、辽宁沈阳及湖北武汉等各大生产基地和广德试车场，其“零门槛”的招募机制、创新的参观安排、“零距离”的互动体验，吸引社会公众的关注和期待。

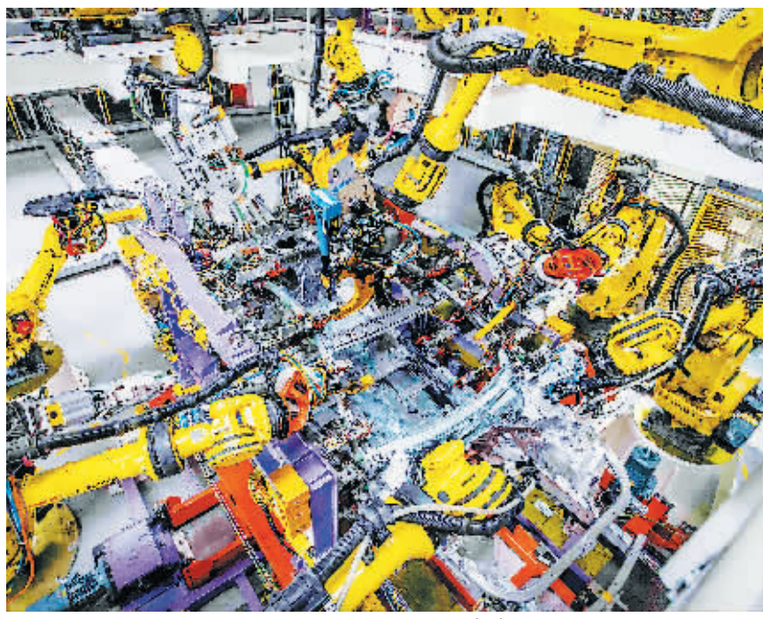
“2021上汽通用汽车开放日”，上汽通用汽车体验中心将首次在开放日平台上向社会公众敞开怀抱，盛邀小创客们的到来。在宛若时光长廊的展厅中，小创客们不仅可以深度了解一家中国领军汽车企业24年来的成长史，还将感受到别克、雪佛兰、凯迪拉克三大品牌车型设计美学与智能科技带来的震撼。沉浸式互动体验装置让孩子们可以设计出独一无二的定制车辆；珍贵的历史影像和炫酷的概念车将再现从老爷车到未来智能汽车的进化之路，开启孩子们对于智能未来城市的新创想。在外形酷似“钻石城堡”的凯迪拉克品牌空间中，孩子们将穿越神秘的“材料洞穴”，漫步于奇幻的“数字丛林”，探索VR眼镜、3D打印等智能黑科技。在这次“快乐星球”的旅行中，小创客们还将完成一个个通关任务，收集“能量块”，搭建起属于自己的蔚蓝星球或未来战车。

此外，小小创客们还将打卡代表着当今汽车制造顶尖水平的凯迪拉克工厂，在这座超级酷炫的绿色环保智能工厂中，孩子们将亲眼目睹无人驾驶的物流小车在生产线间穿梭自如，数百位机器人“大力士”联袂出演的“智造之舞”，以及24小时不间断监控星球安全的“智能守卫”，这些难得的经历将极大拓展孩子们的知识边界，让孩子们学到课堂之外的“硬核知识”。

活动如此精彩，你有没有心动？快快扫描招募二维码报名参加“2021上汽通用汽车开放日”活动，即有机会为你和孩子赢得登陆上汽通用汽车“快乐星球”的入场券，开启一段值得回味的夏日之旅！

“上汽通用汽车开放日”招募二维码

开放日首次向社会公众开放上汽通用汽车体验中心



上汽通用汽车凯迪拉克工厂代表着当今汽车制造的全球领先水平