

### A5 新能源领跑第二轮合资自主潮

与启辰、理念、宝骏等第一批合资自主车型凭借“高技术、低价格”在合资与自主品牌竞品间抢夺市场份额不同，第二轮合资自主潮中各品牌纷纷将目光投向了代表未来汽车行业发展趋势的新能源上。

### A6 上海大众进口车战略全面加速

日前，上海大众表示，明年大众进口车甲壳虫和尚酷将在上海大众经销商渠道内销售，此外，可以销售大众进口车的上海大众经销商的数量也将由目前的90家增加至150家。

### A7 上海通用出炉售后服务三年纲领

记者从上海通用获悉，在车企售后服务同质化竞争愈加明显之际，上海通用计划推出未来三年别克售后服务行动纲领，以帮助别克售后服务进入新一轮发力期。

年销量普遍同比上涨超两位数

# 超预期增长撑大车企明年胃口

北京商报记者 蓝朝晖 王万利 钱瑜/文 常琪/摄

业内人士普遍预测，尽管尚未收官，但随着车市年终销售高峰的来临，各车企都希望交出令人满意的成绩单，这也有助于推动汽车企业挑战更高的年销量目标。

**德系车销量冲新高**

作为德系车的代表，大众品牌无疑是今年中国车市中目标最激进的一个。根据大众汽车集团日前发布的数据显示，今年前11个月其在中国市场创下了296万辆的销售纪录，同比增长近17%，继续成为今年在华累计销量最高的车企。其旗下合资企业一汽-大众和上海大众，不约而同地将全年的销售目标定在150万辆。

一汽-大众1-11月的销量为140万辆，全年任务目标完成度为93.3%，12月即便不用冲刺也可轻松完成150万辆的目标。而今年连续数月处于销量第一的上海大众，今年前11个月同样实现了140万辆的销售业绩。在业内看来，尽管上海大众会在年底前对产能和终端市场有所保留，但并不会妨碍其完成全年150万辆的目标。

北京商报记者走访车市发现，进入12月后，一汽-大众和上海大众在终端市场都采取了回收优惠的政策，诸多主力车型供应开始放缓。亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉说，今年大众品牌超额完成年销售任务已无悬念，并有望从通用手中夺得在华销量桂冠。乘联会副秘书长崔东树也表示，今年大众品牌在各细分市场的销售表现都很强势，更多产能的释放也促成了德系品牌的快速增长。

### 美系车稳固抢份额

作为车市销量冠军的常客，上海通用也将全年销售目标定在了150万辆，今年前11个月已完成144.4万辆，实现12.7%的同比增长，以微弱优势占据车市榜首位置。依赖于较强的品牌力和产品力以及营销力，上海通用绝对可提前实现150万辆的目标，并向更高的目标发起冲击。

福特在华销量可谓突飞猛进，1-11月售出了84.1万辆车，同比增长51%。据了解，今年福特不断在中国市场发力，大量引进新车型，扩充产品线，促进销量稳步提升。其合资公司长安福特今年1-11月累计销量为612047辆，同比增长62.7%。在长安福特执行副总裁罗明刚看来，快速扩充的产能和核心零部件基地，将助力长安福特持续增长。根据这一系列的表现，福特希望全年在华实现90万辆的基础上，挑战100万辆的销售目标。



部分可提前超额完成年销售目标车企统计表 (单位:万辆)

品牌	年销售目标	1-11月销量	预计最终完成量
上海通用	150	144.4	158
上海大众	150	140.8	153
一汽-大众	150	139.4	152
北京现代	100	93.3	103
长安福特	64	61.2	70
东风悦达起亚	52	49.8	55
神龙汽车	55	50	56
沃尔沃	5	5.4	6

### 韩系车品牌促增长

当日系车在华遭遇销售危机，德系车因DSG事件而头疼之时，凭借丰富的高性价比车型，韩系车今年在华取得了销量品牌双丰收。数据显示，今年前11个月现代汽车和起亚汽车在华累计销量达到143万辆，已超过了去年的总销量。

今年1-11月，北京现代已累计销售932962辆车，同比增长21.5%。专家预测，以目前的态势来看，北京现代将在年终收官时超额完成今年的百万辆销售目标，保守估计全年销量应在103万辆左右。而东风悦达起亚表现也很抢眼，市场人士分析，从目前的进度来看，今年东风悦达起

亚将超额完成52万辆的年销售任务，预计最终将实现55万辆左右的销量。

漂亮的销售数字背后要有叫好又叫座的车型作支撑，北京现代与东风悦达起亚今年旗下绝大多数车型表现都很出众。北京现代的瑞纳、朗动、第八代索纳塔、ix35，东风悦达起亚的新狮跑、2014款智跑、新福瑞迪以及新K5等车型中多款为各自细分市场的领跑者。

除了销量不断创新高，品牌建设上韩系车更是一直在加速。随着名图等实力派车型的加盟，北京现代“D+S”(中高级车+SUV)车型阵营进一步丰富，今年前11个月，北京现代中高端车型已占整体销量的四成左右。再看东风悦达起亚，其高

层在接受北京商报记者时表示，东风悦达起亚将今年定为“顾客感动年”，该战略的出台是企业持续保持平稳、快速增长最大的源动力。

### 法系车发布倍增计划

得益于在中国这个全球第二大市场渐入佳境，今年法系车的增长同样不容小觑。今年7月，神龙汽车公司正式调高了其全年的经营目标，全年销售目标调高至55万辆，此前，神龙公司年初确立2013年全年销售目标为50.75万辆。

统计数据显示，1-11月神龙累计销量同比增长25%，达到50万辆。标致雪铁龙集团亚洲运营部公共事务总监章宇光表示，神龙汽车目前销量已超过去年全年，完成55万辆的目标也值得期待。

分别完成了品牌提升计划后的东风雪铁龙和东风标致均新车不断，继东风雪铁龙全新爱丽舍于10月上市后，东风标致301也于日前开始销售，这让本就在A级车领域长袖善舞的神龙有了更大的筹码。同时，神龙公司动力总成和新能源“E动战略”加速推进，1.6THP、1.6LCVVT、1.8LCVVT三款全新发动机，适配东风雪铁龙C4L、东风标致3008、308等多款新产品，已成功投放市场。

### 豪华车继续保持高增长

作为各大豪华车品牌最为看重的市场，中国一扫今年上半年增速偏低的阴霾，继续保持高速增长态势。虽然多家企业年初时并没有公布具体的全年销售目标，但从目前的高增长率来看，豪华车企对今年的销售情况都非常满意。

一汽-大众奥迪宣布，前11个月累计销量已超过去年全年。宝马的销量增长也很迅速，截至11月，宝马在中国内地零售量同比增长19.7%，至35.4万辆，也已超越了去年全年销量。此前一直落后于奥迪和宝马的奔驰，11月表现超越了竞争对手，在中国市场销量为21.3万辆，同比增长26.1%。1-11月，奔驰累计在华销售了19.5万辆，同比增长9.7%。此外，沃尔沃前11个月在华累计销量达5.4万辆，同比增长44.7%。据悉，沃尔沃2013年的销售目标是5万辆，目前该目标已经提前实现。

一汽-大众奥迪销售事业部总经理薄石认为，目前从中国整体乘用车市场来看，高档车在其中占9%的比例，而在其他发达国家，高档车所占的比例在10%-15%。“因此从这点来判断，我认为未来中国高档车市场还有很大的发展空间和潜力。”薄石说。