

A2 车企业绩两极 DS领跌

临近年末，受购置税优惠政策12月31日到期影响，今年车市销量增长超出外界预期。北京商报记者通过梳理各车企11月的销量发现，2016年全年的销售量已经基本清晰。

A4 车市两强格局稳固

国内车企每年上演的年度销量争夺战，不仅成为车企发展的晴雨表，更成为众多在华征战的国外车企决定全球排名的重要一环。今年，通用汽车和大众汽车的销量头把交椅之争继续上演。

A5 哈弗H6抢戏 自主品牌夺权

从上世纪90年代的“老三样”，到目前市上各车企的细分市场争夺战，车型的不断丰富，使消费者的选择逐渐多元化。然而，今年各车型销量数据显示，针对家庭出行需求的紧凑型车型，仍然为市场主流。

2016年终盘点

重回两位数增幅 SUV带车市飞翔

时值年末，中国车市的表现再度让人瞠目结舌。连续两年微增长之后，车市再度回归到两位数的增长。

据中国汽车工业协会最新数据，1-11月，汽车产销分别完成2502.7万辆和2494.8万辆，比上年同期分别增长14.3%和14.1%，高于上年同期12.5和10.8个百分点，多家机构认为，去年底开始实施的1.6L小排量刺激政策是关键，而自主品牌更是依靠SUV实现了逆转。照此速度，2016年全年总销量突破2800万辆几无悬念。

SUV市场领涨

统计数据显示，1-11月，乘用车产销分别完成2174.3万辆和2167.8万辆，比上年同期均增长15.6%。其中，1-11月，1.6L及以下乘用车销售1562.8万辆，比去年同期增长22.5%，占乘用车销量比重为72.1%，比上年同期提高3.8个百分点。1-11月，自主品牌乘用车共销售925.1万辆，同比增长20.2%，占乘用车销售总量的42.7%，比上年同期提高1.6个百分点。其中，SUV销量仍然是自主品牌最重要的推动力。数据显示，今年前11个月，自主品牌在SUV销量中的占比为57%。

值得关注的是，与以往自主品牌SUV集中在中低端车市场不同，从2016年开始，得益于SUV市场的优异表现，自主品牌开始重拾信心乘胜追击，扎堆推出高端品牌产品。

业内普遍认为，自主高端化从轿车向SUV转移是当前市场的一个好选择，但具体来看，SUV的公务用车数量偏小，私人



用户对品质的要求较高，自主品牌集体向上仍将成为2017年的主题；但另一方面，淘汰赛竞争更加激烈，均价10万元或将成为判定自主车企品牌向上的生死线。

新能源汽车风口

今年7月，《新建纯电动乘用车企业管理规定》正式开始实施，符合相关规定的企业即可获得纯电动汽车生产资质。这对非汽车制造企业来说，该政策无疑是打开了进入新能源汽车产业的大门。各行业的企业都欲借政策春风拓展该领域业务，抢得市场先机。截至目前，先后有北汽新能源、长江汽车、前途汽车、奇瑞新能源、江苏敏安、浙江万向6家企业获得了新能源

汽车生产资质。

据中国汽车工业协会统计，1-11月，新能源汽车生产42.7万辆，销售40.2万辆，比上年同期分别增长59%和60.4%。其中，纯电动车产销分别完成34万辆和31.6万辆，比上年同期分别增长75.6%和77.8%；插电式混合动力汽车产销分别完成8.7万辆和8.6万辆，比上年同期分别增长16.2%和18%。中国汽车工业协会副秘书长许艳华表示：“根据已知的销量估算，2016年，中国新能源汽车产量有望占到全球总量的40%。”

不过，受到新能源汽车骗补事件的影响，相对去年新能源汽车市场，今年我国新能源汽车产销增速出现大幅下滑。

业内人士认为，按之前政策中提出的到2020年要达到年产销200万辆的目标，未来四年内，我国新能源汽车年产销量增长要达到将近4倍，这将对现有补贴政策带来较大的挑战。

增长面临政策考验

2016年，中国将蝉联全球新能源车销售冠军已无悬念，然而，真正的竞赛将从2017年开始。2016年的小排量汽车购置税减半政策大大刺激了车市销量，但这一优惠政策明年将调整到75%进行征收。

同时，新能源汽车的高速发展得益于补贴政策的利好推动，但现在补贴下坡，新能源汽车市场持续走低。减补贴、查骗补等动作都刺激了加速中的新能源车市，但推广应用是必然的，新一轮的补贴政策也逐渐明朗。今年，国务院明确规定，未来原则上不再发放传统汽车企业生产牌照，新增汽车企业仅限于新能源车领域。受此影响，2016年，跨国车企纷纷转变加大纯电动车推广力度，大众与江淮合资生产廉价电动车，丰田明确表示在华推出纯电动车，能够获得补贴的纯电动车成为众多汽车公司主攻的方向。在打击骗补的重拳下，在跨国车企大力度的渗透下，过去以低价为卖点的中国品牌新能源汽车将遭遇真正的挑战。

产业政策对2017年中国车市有着重要的影响，基于今年的车市发展情况以及目前的政策走向，中国汽车工业协会预计，2017年汽车市场增长将在2%-6%之间。

北京商报记者 蓝朝晖

漪席谈

地狱与天堂，只在一念间

刘蔚漪

“如果意大利人是工程师，法国人是银行家，英国人是厨师，瑞士人是情人，德国人是警察，那就是欧洲的地狱。”说这话的人，我相信他一定没有开玩笑。

去过的法国人也或许会认同这个观点：法国人欣赏曲线、漩涡的婉转之美，不太欣赏结构坚硬的几何造型趣味。法国人喜欢闲适，香榭丽舍大街的咖啡馆是巴黎的经典画面。

相比这些欧洲国家，美国有的是一套简单明晰的历史，这让它在对待“物”的态度也直接明了——合理、实用、时髦，是“美国制造”的价值观。

如果上帝要在人类社会中选一个合适的物质主义者代表，瑞士可以拔得头筹。从它的现代设计我们可以观察到这个国家的物质态度：目的明确，过于冷静，从一枚枚精致的腕表作品中，看得出理性美的机械表达。

一花一世界，一叶一如来——《华严经》所描述的，概

括了日本国民的造物美学。从“物哀”到“幽玄”，从无印到与风雅相通的传统文雅，亦是日本物质生活与精神生活的变迁。延伸到制造业上，即“工匠精神”的完美体现。

多山、干燥的自然环境造就了严谨的德意志民族，它的理性有时被视为教条，但也正是教条式的苛刻让德国人制造了杰出的德国品质。

德国只有8000万人口，却创造出2300个世界名牌。德国的机械、化工、电器、光学，再到厨房用具、体育用品等都成为世界上质量过硬的产品。

当制造业越来越多向IT行业跑偏时，德国企业还是坚持抓住事物的本质。发动机和刹车是车辆最核心的东西，在它们看来，其他都是无关紧要的，玩得再花哨再时尚，也没什么用。

国民性格与审美对制造业的影响，意大利是很好的案例。我们星球上最豪华的跑车和最奢侈的服饰，大部分

都来自意大利。在“狂热”、“不靠谱”的表象下，却隐藏着某种肃穆的悲剧性。

有一个笑话说，开意大利的车一边跑一边掉零件，曾有品牌因为铁锈问题退出了英国市场。但是，作为欧洲设计做得最好的国家，法拉利、兰博基尼的工程师、设计师们拥有至高至美的审美要求。他们不关心销量，也不关心主流客户需要，只要求自己制造的跑车最漂亮最嚣张，有钱人、喜欢炫耀的人自然会买。

美国有福特GT，德国有奥迪R8、保时捷911，日本有日产GTR、雷克萨斯LFA，英国有F1、MP4-12C……但是，它们都太中规中矩了，它们要考虑销量，要考虑客户的普遍性，所以，比起意大利，它们的跑车都显得中庸。

把开头的那句话变更一下：当意大利是情人，法国人是厨师，英国人是警察，瑞士人是银行家，德国人是工程师，这就是欧洲的天堂。