

# 宝马加码大型豪车市场

· 简讯 ·

## 一汽奔腾T77实现万辆交付

北京商报讯(记者 蓝朝晖)1月18日,在一汽轿车整车物流基地,奔腾T77摆出了“10000”的造型,标志着自去年11月广州车展正式上市以来,在短短的两个半月内,奔腾T77的销量已经达到了1万辆,获得市场的初步认可。

一汽轿车股份有限公司总经理柳长庆在活动现场表示,奔腾T77取得的销量佳绩充分地证明了消费者对T77本身的认可,新奔腾将继续以高品质的产品和服务回馈广大消费者。

在交车仪式上,20位车主代表从一汽轿车股份有限公司副总经理杨大勇、一汽轿车销售有限公司总经理孟祥会两位领导手中接过了新车钥匙。一汽轿车有关负责人介绍,备受关注的奔腾在研车型D058,将于今年下半年上市,有望成为继奔腾T77后的又一爆款车型。

## 2018年度新能源汽车年会在京举行

北京商报讯(记者 蓝朝晖)日前,第五届新能源汽车年会暨BCA美好出行绿色盛典在京举行。

经济观察报执行总编辑文钊在致辞中表示:“汽车产业正经历着百年以来最剧烈的变革,新能源汽车企业也将迎来重要的时间节点。从今年开始,我们会看到国际车企大量的新能源汽车上市。2020年,国内新能源汽车会正式‘断奶’。在有限的时间中,我们如何提升自己,如何去应对这种已经到来的变化?这是新年伊始,我们不能不问的问题。”

在本届新能源汽车年会暨BCA美好出行绿色盛典的最后,颁奖盛典举行,共分为“2018 BCA美好出行·典赞企业”、“2018 BCA美好出行·典赞车型”两大奖项。共有20家企业和34个车型获奖。

## 2018铃轩奖颁奖盛典启幕

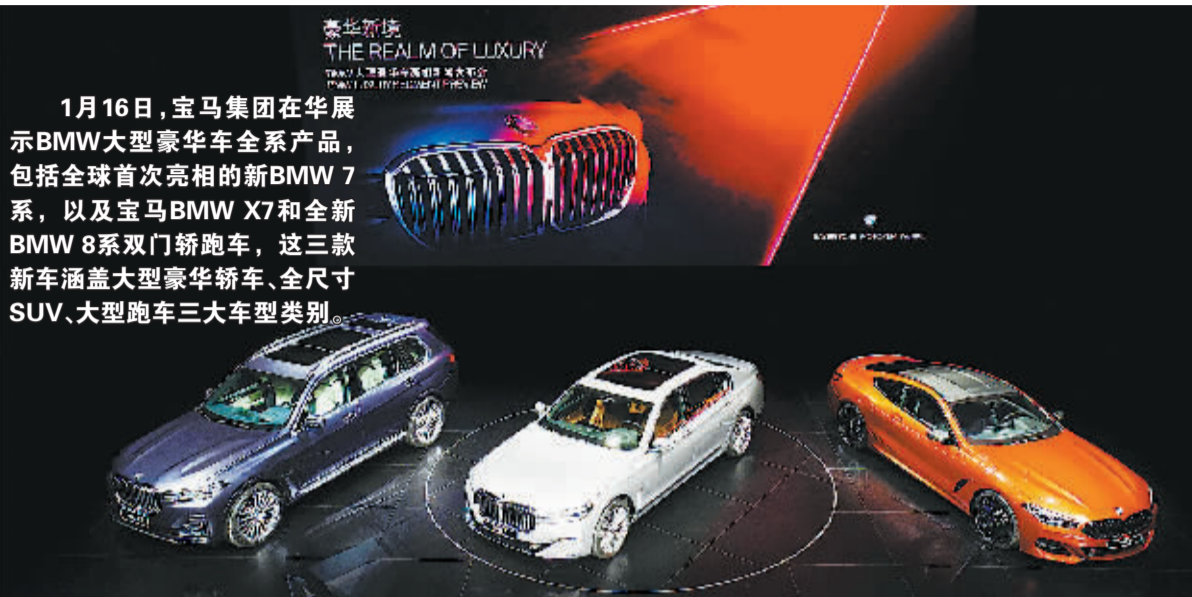
北京商报讯(记者 蓝朝晖)2018铃轩奖颁奖盛典暨第三届中国汽车零部件论坛近日在北京汽车博物馆举行。代表着2018年中国汽车零部件行业先进水平的21家企业凭借优秀的产品和技术荣获2018第三届铃轩奖。

为了促进中国汽车零部件产业的健康发展,鼓励创新和技术进步,2016年,汽车商业评论联合发起了铃轩奖。本届铃轩奖最终评选出动力总成、底盘、车身、电子电器、智能网联、新材料、探索类以及“小而美”等八大类21项获奖案例。其中,新材料、探索类以及“小而美”为本届评审委员会经过讨论协商,针对2018年中国汽车市场的特殊发展机遇而新增设的奖项,旨在鼓励零部件企业在汽车四化浪潮中的考验以及大环境弱势的境遇下积极探索,寻求转型。

## 比亚迪元EV535开启预售

北京商报讯(记者 蓝朝晖)日前,比亚迪正式宣布旗下首款基于e平台打造的元EV360,新推出元EV535,定位超长续航智趣纯电SUV,以补贴后11万-14万元的价格开启预售。

据悉,老款车型于2018年5月上市后至今,销量在A0级纯电SUV细分市场中就一直领先。具体到车型方面,元EV535综合工况续航里程从305km提升至最大410km,而在常温等速60km/h的情况下,最大续航可以达到535km。作为同级别中第一个实现整车OTA的产品,EV535还全面支持该智能系统和整车的远程更新,让元EV535拥有可成长进化的智慧系统,满足更多智能化、网联化用车场景,让用户出行生活更加精彩。



1月16日,宝马集团在华展示BMW大型豪华车全系产品,包括全球首次亮相的新BMW 7系,以及宝马BMW X7和全新BMW 8系双门轿跑车,这三款新车涵盖大型豪华轿车、全尺寸SUV、大型跑车三大车型类别。

宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐称:“这些产品与中国市场紧密相关。如果将2018年称之为BMW‘X之年’,我们就可以将2019年称为BMW大型豪华车之年”。

目前,中国市场已经成为宝马集团全球最大的单一市场。2018年,宝马集团在华销量为639953辆,同比增长7.7%。这是宝马自1994年正式进入中国市场以来最好销量纪录,也使宝马集团25年来在华累积销量超过400万辆。

官方数据显示,中国市场上,宝马在大多数豪华细分市场均表现良好。2018年,新BMW 5系全年累计销量超过16万辆,同比增长29.4%;BMW 3系家族全年累计销量超过15万辆,同比增长5%;BMW 1系运动轿车全年累计销售近5万辆,同比增长32.6%;BMW X1全年累计销售超过9.6万辆;全新BMW X3在近两个月迎来产能释放,2018年12月单月销售超过7000辆;刚刚迎来换代的BMW X5全年累计销售也超过4.1万辆。

值得注意的是,不仅在中国市场上实现了销量的稳健增长,宝马

集团在2018年还以249万辆的集团总销量(宝马、MINI、劳斯莱斯)成为了全球豪华品牌销量冠军。

尽管销量表现不错,但宝马集团整体的盈利状况却出现了微降。鉴于去年前三季度的业绩表现,宝马更正了2018年全年预期,预计汽车业务税前利润率降至7%以下。对此,宝马集团解释称,原材料价格上涨、汇率变化、商誉和保修条款的准备金增加致使宝马的成本支出大幅增长。

正是在此背景下,宝马开始谋求拓展利润率更高的大型豪华车细分市场,而作为最大单一市场的中国无疑成为了这一战略的主战场。根据宝马集团的预估,未来十年,大型豪华车市场将增长25%。因此,宝马集团计划在2019年为中国市场推出由上述大型豪华车领衔的21款新车,以帮助品牌进一步发展。

作为大型豪华轿车,宝马7系近两年来的增长势头明显。2017年,宝马7系在国内细分市场实现了45.3%的同比增长;进入2018年,宝马7系销量继续增长,其中三季度更是达到7531辆的销量,

环比上升51%,位居同期进口大型轿车销量榜单冠军。

此次亮相的BMW 8系则标志着宝马将第二次向大型豪华轿车市场发起进军。早在1989年,宝马就正式推出了BMW 8系,彼时,宝马在BMW 8系上的资金投入高达10亿马克。之后,宝马更是将BMW 6系停产,为BMW 8系腾出地方。

与大型豪华轿车和轿跑相比,全尺寸大型SUV市场上的车型较少。其中,与宝马同为一线豪华品牌的奔驰旗下的GLS一直占据霸主地位。因此,如果宝马集团想在这一细分市场获得足够的份额和利润,产品和品牌方面都具有较强竞争力的奔驰GLS无疑将成为BMW X7的重要竞争对手。

业内人士认为,宝马在除大型豪华车以外其他细分市场的布局上都已经相当成熟,但增长潜力有限。只有依靠更豪华的产品,保持并提升在豪华品牌中的溢价能力,才是一种更长远的选择。不过,想拿下这类市场,也并非易事。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇

# 广汽三菱计划今年增速超两成

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)近日,广汽三菱公布的官方信息显示,2018年,广汽三菱实现销量144018辆,在中国汽车市场整体遇冷的情况下,同比增长23%。同时,广汽三菱计划在2019年实现20%以上销量增速的目标,并向2020年30万辆产销目标冲刺。如果按照这一增速计算,2019年广汽三菱销量目标将突破17万辆。

销量较快增长的背后,是广汽三菱不断提速的产品升级步伐。在SUV领域,广汽三菱推出2019款欧蓝德,实现16项全新配置升级,继续拓展中级SUV市场;针对年轻消费市场,引入三菱百

年战略车型奕歌,该车覆盖紧凑型SUV市场,并与欧蓝德形成广汽三菱的“SUV双子星”产品结构。在新能源领域,广汽三菱的新能源产品在2018年开始入市,先后推出了祺智PHEV和祺智EV两款新车。

除了不断更新产品,广汽三菱还提高了在华的产能。经过此前18个月的施工,广汽三菱发动机工厂于2018年10月投产,一期年产20万台,将带动广汽三菱整体产能由13万辆跃升至30万辆。同时,广汽三菱研发中心和零部件产业园项目也在长沙正式落户。

此外,广汽三菱还在营销方

面打出年轻牌。2018年,广汽三菱与热门音乐综艺《歌手》联手,欧蓝德成为节目唯一指定座驾,还与美声综艺节目《声入人心》合作、赞助长沙马拉松。此外,广汽三菱在2018年开展儿童安全出行“寻找美丽乡镇”、“丝绸之路万里行”,参与“国家品牌计划——广告精准扶贫”项目等一系列公益活动。

业内人士表示,未来广汽三菱如果能够顺利挑战20万辆目标,将意味着该品牌将摆脱小众身份而跨入主流品牌行列。不过,在中国汽车市场持续遇冷的情况下,这一目标并不容易达成。