

# 销量完成率偏低 车市再遇下探关口

面对今年车市销量增速放缓,部分车企的销量低迷恐使得既定销量目标难以完成。北京商报记者梳理发现,今年不少车企均已下调销量目标,但仍有部分品牌无法完成。在部分车企低销量完成率背景下,今年国内车市能否企稳也成为未知数。中国汽车流通协会产业协调部副主任樊宇对记者表示:“此前有机构预测四季度国内车市下滑幅度会收窄,但我们认为这种情况很可能不会出现,取而代之的是继续下滑,车市或将继续探底。”



## 目标完成度不高

数据显示,今年前8个月,国内汽车销量为1610.4万辆,同比下滑11%,汽车销售整体下行压力依然较大。进入四季度,车企开启全年最后的销量任务冲刺。根据乘用车市场信息联席会统计,今年前三季度,排名前六的车企销量均有不同程度下滑。

据统计,今年前三季度销量排名前三位的车企依然为一汽-大众、上汽大众、上汽通用。实际上,在经历去年销量首次下滑后,大部分车企对今年销量目标均选择保

守”。其中,广汽本田销量目标与去年持平;一汽丰田销量目标仅微增2万辆;在去年未完成145万销量目标的一汽-大众,将销量目标下调至144万辆。在自主品牌中,排名靠前的吉利汽车、长城汽车,今年年中纷纷将销量目标下调10%和11%,但从前三季度销量来看,两家车企也仅完成调整后目标的六成。

北京商报记者了解到,今年上半年仅有一汽丰田与广汽本田销量完成超过50%,其余车企均未达标。同时,今年前三季度排名前十位、销量增幅超两位数的车企,也仅有东风本田一家。

不仅是排名前十位的车企销量完成度

不高,更有多家车企达成全年销量目标已几乎无望。据统计,以东风标致、东风雪铁龙为代表的法系品牌,截至三季度末销量完成度不足四成;东风集团前三季度销量为257万辆,年度目标仅完成64%,四季度销量压力倍增;马自达在华前三季度累计销量为14万辆,仅完成全年目标的50%;东风悦达起亚前三季度销量不足全年销量的一半,全年目标也基本无望。

## 销量仍未探底

在部分车企低销量完成率背景下,今年国内车市能否企稳成为未知数。中国汽

车流通协会发布的经销商库存预警指数调查显示,9月汽车经销商库存预警指数为58.6%,环比下降0.8%,同比下降0.3%。

樊宇对北京商报记者表示:据目前的情况来看,此前有机构预测四季度国内车市下滑幅度会收窄,但这种情况很可能不会出现,取而代之的是继续下滑。”

值得注意的是,虽然同比、环比均有所下降,但库存预警指数依旧位于警戒线之上。去年开始,国内库存预警指数已经连续21个月位于警戒线之上。9月为三季度末,经销商提车任务量增加,经销商库存压力加大;为保证销售任务完成,经销商加大促销力度,降价销售。”樊宇表示。

根据上险数据 displays,今年7月和8月,车市均为15%的负增长。中国汽车流通协会副秘书长郎学红对北京商报记者表示:“预计到12月负增长可能会达到20%以上,全年仍然是接近两位数负增长,汽车市场今年还是没有探底,明年还会继续下探。”

此外,中国汽车流通协会发布的“汽车消费指数”显示,今年9月汽车消费指数为65.2,预计10月销量同比将有所下降,这意味着,今年四季度前两个月销量仍将低迷。

## 市场两极分化

为冲刺全年销量任务,近期各大汽车品牌经销商已针对旗下车型加大优惠力度。一位东风悦达起亚销售人员表示,为冲刺一下销量任务,从9月开始店里就加大优惠。即便是上市不久的K3车型,如今现金优惠也达到1.3万元,如果分期可以优惠到

1.5万元。”他说。

一位合资品牌经销商负责人表示,今年各家品牌竞争很激烈,为完成任务减少库存压力,优惠是吸引客户最直接的手段。

然而,大幅度优惠效果并不明显。中国汽车流通协会调查显示,今年9月市场表现基本与8月持平,并没有达到经销商期待。樊宇表示,10月乃至整个四季度,汽车市场下滑的幅度可能进一步加大。北京商报记者在走访时发现,9月到“十一”期间,多数经销商店内消费者并不多,相对冷清。

值得注意的是,虽然市场整体销售情况不佳,但部分豪华品牌4S店内却相对“火爆”。虽然新车优惠不多,但奔驰、宝马、奥迪等品牌对旗下车型制定一系列优惠政策,置换或者重购的消费者还可享受8000-10000元不等的保险礼包,即便优惠不多,豪华车经销商店内的客流明显多于其他品牌。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,近年来消费升级明显,豪华车表现很好。豪华车的主力市场主要是限购特大城市、大型城市以及中型城市。数据显示,今年前8个月国内市场豪华车销量达196万辆,同比增长9%。

汽车行业专家颜景辉认为,目前汽车置换的消费者比较多,他们对新车品质有更高要求,再加上一些豪华车品牌价格也在不断下探,所以豪华车当前仍比较受市场青睐,这种差异将会在今后很长一段时间内存在。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄

· 新车 ·

## RX5 MAX上市 上汽荣威稳SUV市场份额

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)在推出RX5车型后,上汽荣威再通过增加“MAX”车型,以矩阵化产品线拓展市场空间。近日,上汽荣威RX5 MAX车型正式上市,共推出9款车型,其中燃油版车型优惠后官方指导价为11.88万-18.98万元;插电混动版车型也同步开启预售,预售价为21万-24万元。

从命名上来看,上汽荣威RX5 MAX为隶属于RX5系列的全新车型,与长安CS75和CS75 Plus、比亚迪宋和宋pro类似,现款RX5车型因在细分市场中仍具有竞争力,因此上汽荣威相关负责人透露:一段时间内将保持新老并存的格局。”据了解,上汽荣威RX5 MAX定位介于RX8和RX5之间,该车型上市后将与RX5车型形成合

力,共同抢占紧凑型SUV市场份额,同时进一步完善了荣威品牌SUV阵营。

事实上,此前RX5车型上市后,上汽荣威也进入高速发展阶段。凭借多年的技术积累和互联网黑科技配置迅速走红,曾连续数月月销突破2万辆,去年累计销量超20万辆。然而,在SUV车型整体销量出现下滑的背景下,RX5车型销量已释放出疲软信号,上汽荣威需要为该车系注入新活力。

数据显示,今年前8个月自主品牌SUV车型销量为262.1万辆,同比下降21.9%,占SUV总销量的52.7%。在自主品牌SUV市场份额萎缩局面下,荣威旗下SUV车型难免受到波及。数据显示,今年7月荣威RX5销量为1.4万辆,同比下滑10.3%。

因此,上汽荣威导入RX5 MAX车型,除进一步完善SUV产品布局外,对于重新激发荣威在SUV市场的活力具有重要意义。

据悉,该车型定位于紧凑型SUV,并将搭载3款动力系统,除搭载1.5T和2.0T发动机,未来还将提供插电混合动力版本车型。在上汽乘用车相关负责人看来,上汽荣威RX5 MAX为对标合资品牌而生。尽管与RX5名称相似,但荣威RX5 MAX是一款完全不同的车型。“我们在命名上保留‘RX5’,但荣威RX5 MAX并非RX5的中期换代车型或者改款车,两款车的价位段完全没有重叠。”上汽乘用车副总经理俞经民表示,作为上汽智联汽车的最新代表,MAX必须从荣威RX5出发,因此荣威RX5要有双车战



略,要

助力荣威

品牌不断升级向上。

北京商报记者注意到,RX5与RX5 MAX的组合类似轩逸经典与轩逸,前者以低价格、高性价比为卖点,后者更注重产品力。业内人士表示,尽管随着RX5 MAX的上市,现有RX5车型份额或面临被分流,但在整体份额方面,荣威会借助其上市提升自己在紧凑型SUV市场的份额,助力品牌整体销量的增长。刘晓梦/摄

· 试乘试驾 ·

## 全新奔驰GLC L:AR助力 实景导航

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)对于BBA(奔驰、宝马、奥迪)而言,豪华中级SUV细分市场一直为必争之地,也是为三大豪华品牌带来丰厚利润的细分市场。在宝马与奥迪相继推出改款X3和Q5L车型后,奔驰也推出长轴距版GLC车型,争抢国内豪华品牌第一阵营市场份额。近日,北京商报记者试驾了该车型,作为中期改款车型,新一代奔驰GLC L针对短板进行优化升级,通过运用最新风格外观、换装全新发动机、加长后排座椅坐垫等方式,进一步增强竞争力。

与老款车型相比,新一代奔驰GLC L在外观上继承了“大哥”GLE车型的基因,以“飞翼式”单幅饰条搭配闪钻格栅。同时,AMG风格前后包围则进一步强化外观的运动风格。值得一提的是,新一代奔驰GLC L重点升级了MBUX智能人机交互系统。该系统采用人工智能,用户通



过呼唤“你好,奔驰”或方向盘按键可激活“读心语音助理”。通过自然语音控制功能来操作,该系统支持多种方言,还能准确定位指令来自自驾还是副驾。不过从实际体验而言,识别的准确率还有提

升的空间。

此外,新一代奔驰GLC L高配版车型装配运用AR增强现实技术的“实景穿越导航”。该功能通过前部摄像头记录的实景道路环境和虚拟的导航指示信息叠加,

并显示在中央触摸屏上,为复杂路况带来精准指引。

北京商报记者注意到,老款车型在加长轴距的同时并没有加长后排座椅的长度,而中期改款后,新一代奔驰GLC L车型将后排座椅加长3厘米,坐垫对腿部的支撑有所提升。此外,“老板键”、后排化妆镜、后排可调头枕、后排车窗控制键,以及中央扶手处的2个Type-C接口,更加符合中国消费者用车喜好。

作为奔驰C+级别SUV车型销量冠军,数据显示,今年前8个月GLC车型在华销量达9.26万辆,尽管目前车市下行,但该车型月销量基本保持稳定,每月均在万辆以上。对于奔驰而言,新一代长轴距GLC SUV的推出,将对其年底冲量起到重要的作用。未来,奔驰、宝马和奥迪在这一细分市场的竞争将会更为激烈。刘晓梦/摄

· 资讯 ·

## 广汽本田 打造混动“好奇夜”

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)广汽本田近日在北京打造“ACCORD CURIOUS NIGHT 2019雅阁锐·混动好奇之夜”,通过浓缩混动雅阁(ACCORD)高品质车主低碳环保、精致由心的优雅生活形态,打造中高端车市场中兼具年轻、时尚、品位的品牌体验活动,让更多人感受到第十代雅阁(ACCORD)锐·混动的魅力。

本次活动,广汽本田为车主带来高端沙龙造型服务与优雅品位生活体验。同时,在好奇之夜派对中,星厨们带来他们在混动环保理念的启发下所创作的绿色有机料理;到场的车主更结合自身Lifestyle,分享他们与第十代雅阁(ACCORD)锐·混动的不解之缘。

广汽本田相关负责人表示,作为广汽本田旗舰车型,第十代雅阁(ACCORD)锐·混动从“出道”开始就圈粉众多年轻消费者。广汽本田为车主打造的“好奇之夜”,能够让它们尽享时尚品位生活。

## 荣威 百城千店同时交车

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)近日,荣威举行全球首次RX5 MAX车型百城千店智能交车仪式。此次交车仪式设立上海、北京、成都、深圳、郑州五大主会场,全国近百个城市、超1000家门店同步交车。荣威RX5 MAX是上汽领先智能和硬核品质的完美结合,拥有远超主流合资中型SUV的超高性价比,上市首月订单即破2万辆,并且以“全球首款量产智能座舱”树立中国汽车品牌升级之路上的又一里程碑。

交车仪式当天,恰逢荣威品牌创立13周年,旗下产品累计销量超过200万辆。13年间,荣威品牌凭借中国品牌首款中高档轿车荣威750、全时数字轿车荣威550、中国首款真正B+级量产车荣威950、全球首款量产互联网汽车荣威RX5、电动智能超跑SUV荣威MARVELX、全球首款量产智能座舱荣威RX5 MAX等车型,持续打破自主品牌长久以来的技术跟随格局,成为主动迎接变革、引领行业发展、推动中国汽车行业升级的开拓者。