

半年考-2010上半年车市报告之销量

【全国】

【排行榜】



2010年上半年轿车品牌销量前十名

- | | |
|------|-----|
| 第1名 | F3 |
| 第2名 | 朗逸 |
| 第3名 | 悦动 |
| 第4名 | 捷达 |
| 第5名 | 凯越 |
| 第6名 | 夏利 |
| 第7名 | 桑塔纳 |
| 第8名 | 科鲁兹 |
| 第9名 | 骏捷 |
| 第10名 | 福克斯 |

2010年上半年轿车生产企业销量前十名

- | | |
|------|------|
| 第1名 | 上海通用 |
| 第2名 | 上海大众 |
| 第3名 | 一汽大众 |
| 第4名 | 比亚迪 |
| 第5名 | 北京现代 |
| 第6名 | 东风日产 |
| 第7名 | 奇瑞瑞泰 |
| 第8名 | 吉利 |
| 第9名 | 长安福特 |
| 第10名 | 一汽丰田 |

数据来源:中国汽车工业协会

901.61万辆,全球第一!

增速逐月减缓,但总体仍保持高速增长势头

日前,国内汽车市场销量排行出炉,2010上半年的销售成绩单显示,我国再次成为世界上汽车销量最大的国家,在整体形势大好的前提之下,欧美品牌、日系品牌和自主品牌表现各不相同。

销量同比增长48%

据中国汽车工业协会统计,上半年国内汽车生产892.73万辆,同比增长49%,同比增幅提高34个百分点;汽车销售901.62万辆,同比增长48%,同比增幅提高了30个百分点。截至6月底,企业汽车库存50.47万辆,较2009年底减少8.23万辆。

与上年同期比较,多功能乘用车(MPV)和运动型多用途乘用车(SUV)增速较快,超过七成,轿

车增长10.40%。从销售情况看,环比除轿车下降2.11%外,其余车型呈现不同程度的增长。

上半年,1.6升及以下乘用车占乘用车总量比重为68.82%,比上年同期下降1.81个百分点,比上年全年下降0.83个百分点。截至6月底,汽车企业库存(不包括零售环节的库存)为50.47万辆,比月初下降0.87万辆,比年初库存下降8.23万辆。从统计数据看,企业库存已经连续两个月出现小幅下降,目前企业库存处于合理水平。

欧美车系最抢眼

欧美车系上半年在国内呈现了快速增长的态势。上海通用加上上汽通用五菱上半年共销售116万辆,通用在中国的销量首次超越美国本土

销量的107万辆,一汽-大众销售超过30万辆,也使中国已超越德国,成为大众全球第一市场。

日系车企上半年表现稳健,一汽丰田和广汽丰田上半年销量增长情况稳定,东风本田和广汽本田由于对销售数量没有制定过高的目标,其产销量同样处于稳步增长的状态,分别完成半年目标。

虽然国内自主品牌也呈现出很强的势头,但却有约六成自主品牌车企由于年初过于乐观,制定的销售目标过高,未能完成上半年度目标。

根据上半年的市场表现和往年的经验,中汽协的预测,2010年中国汽车总体销量预计将达到1500万辆。

晚报记者 舒欣

上半年新增入户机动车7万余台

预计今年将突破15万辆

【郑州】

据郑州市国税局车购税分局公布的数据显示,上半年,郑州市申报纳税车辆达71442台,比去年同期增长19%,平均日增新车近400台。按照今年上半年的增幅,预计今年新入户机动车可突破15万辆,总数将达到168万辆。

销量持续稳步上涨

据记者走访调查,郑州市各乘用车经销商在2010上半年的销量都比较稳定,但与2009年上半年的井喷式市场行情不同,今年的销售虽然环比上涨,但幅度不大。

销量的上涨与各厂家的努力是不可分的,进入2010年开始,汽车市场的竞争趋于白热化,各种新车型的推出、老车型的改款、厂家金融公司的政策,都给2010的汽车市场带来了强力的刺

激。“现在汽车对于多数国人来说,还属于刚性需求,所以我觉得这两年汽车的销量会持续的稳步上扬。”一位汽车经销商的经理这样说道。

在新车型中,SUV车型的销量增长最快,这种情况在郑州市场也显露明显,不少新上市的SUV车型尽管需要等待、加价,依然有大批消费者买账。“我们这儿不少客户的订单已经排到明年才能提车,但每天来下订的顾客依然络绎不绝。”一位上海大众4S店的销售人员说道。

多数车型货源充足

据花园路马自达4S店销售人员介绍,现在消费者购买新车除了部分新上市的车型需要预订外,其他的老车型大部分可以买到现

车,就算需要预订,现在的预订周期也比过去短很多。但一些热销车型则需要等待3~4个月的期限,而且还需要在原车价的基础上加价才能提车。

另外,如今汽车经销商的优惠方式也趋于多样化,像一汽马自达和长安福特等品牌都推出了0利率贷款购车方式来刺激销量,消费者可以首付50%就把车开走。除此之外,赠送购置税,包全险、赠送大礼包等方式也都纷纷涌现。对于这些优惠方式,消费者显然还是比较买账的,长安福特河南天道4S店的销售人员告诉记者,自从进行了0利率贷款活动以后,月销量比原来增长了近30%。

晚报记者 陈娟 陈栋

五菱汽车携大片下乡 受百姓热捧



“去看电影啦!”村民们纷纷奔走相告。7月7日傍晚,上汽通用五菱开展的“送电影下乡”活动来到我省郑州市陈寨村,为当地百姓放映了《非诚勿扰》、《锦衣卫》等时下热映大片,大大丰富了村民们的业余生活,深受农民朋友喜爱。据上汽通用五菱相关活动负责人透露,从今年5月份开始,“送电影下乡”活动将陆续在山东、河南、河北等地开展,今年下乡的影片都是时下热映大片,以及科教、文化等贴近百姓生活的体裁影片,预计放映场次将超过千场。此外,在“送电影下乡”期间,五菱汽车还将免费为当地五菱汽车用户进行汽车知识咨询、交流,为当地百姓带来更多实惠。

这是上汽通用五菱汽车第6年载着“大片”来到农村,通过“文化大餐”满足农民群众日趋多样化的娱乐需求。在过去的5年中,上汽通用五菱每一年都会把“大片”送到田间地头,覆盖河北、山东、河南等800个乡镇,播放了8000场次的电影,成为了各地农民兄弟的“老朋友”。

上汽通用五菱“送电影下乡”活动也受到了各地政府、文化部门的高度重视和鼓励。我省相关部门负责人介绍,到目前,五菱汽车在我省近500个乡镇进行了放映,影片放映达到5800

场次。群众参与热情极高,尤其是在经济条件相对落后的地区,因为当地群众受条件限制,平常看电影的机会有限。上汽通用五菱“送电影下乡”活动大大丰富了这些地区农民的文化生活,提高了农民的生活质量,为当地新农村建设注入了活力。

结合我国汽车下乡政策,上汽通用五菱“送电影下乡”活动更加丰富和务实,在许多乡镇,活动现场观众数量超过了千人,很多闻讯而来的农民欣赏到了精彩影片,同时对五菱汽车表现出了浓厚的兴趣,纷纷向销售人员详细询问五菱汽车的性能、价格、售后服务等情况,在一些地方,有的农民当场就确定了购车意向。上汽通用五菱的“送电影下乡”活动在丰富农民文化生活同时,也进一步带动了市场销量,旗下各类车型也越来越受百姓的喜爱。

业内人士指出,上汽通用五菱“送电影下乡”活动不但活跃了农民群众的业余文化生活,还让老百姓从中学到了不少的科技文化知识,对加强农村文化建设,推动社会主义新农村的发展起到积极作用。上汽通用五菱“送电影下乡”不仅仅是一部影片,更是为农民朋友送去了丰富的“文化大餐”和“精神食粮”。 陈娟

威麟V5夏日清凉版上市 售价85800元起

面对今年以来持续走热的MPV市场,各大汽车厂家近期纷纷发起夏季总攻。其中,高端商务用车品牌威麟推出了威麟V5夏日清凉版,85800元起的冰爽价着实让威麟V5销售火爆起来。这款为中国商务精英量身打造的商务用车,不仅为消费者带来了更多的选择空间,更预示着2010年MPV市场的争夺会愈加激烈。

据通美威麟4S店的工作人员介绍,自自动推出来,威麟V5受到了众多消费者的关注。这些天店里的人气高涨,前来咨询的消费者特别多,有些消费者当场就下了订单。正在选购车辆的消费者毛先生表示,自己做了点小生意,每年能有10多万的收入,对他而言,除去生意上所需要的流动资金,目前手头的钱只够买一辆车的预算,所以他希望这辆车能省油、耐用、安全、宽敞,这样他既可以用于接待客户时使用,偶尔还能兼顾家庭生活的需要。

作为威麟品牌的首款车型,七座商务MPV威麟V5可谓市场定位清晰,性能出色。不仅采用了ACTECO轻量化铝合金发动机汽油车型,节油性能突出,而且全金属封闭承载式车身,前排SRS双安全气囊、ABS+EBD制动系统以及智能倒车辅助系统,保证了驾乘人员的用车安

全。此外,威麟V5达到了2800mm的超长轴距使得车内空间十分宽敞,不仅可满足7人团队商务出行,还可以通过放倒后两排的方式使后厢空间高达2240L,装载不少物品。也正是因为上述的特点,威麟V5成为了不少中小企业管理者的用车首选。

据了解,此次威麟V5推出夏日清凉版,共6款车型,价格非常“清凉”、优惠。其中包括8.58万元的1.8手动经典型和8.98万元的1.8手动舒适型,还有9.98万元的1.8手动豪华型;10.98万元的2.0手动舒适型;11.98万元的2.0手动豪华型;12.48万元的2.0自动豪华型。需要特别说明的是,威麟V5夏日清凉版只针对夏天推出,9月30日就将停止供应。

以上车型均有充足现车,欢迎各位莅临通美志威麟品牌4S店试驾均有豪礼相送。

火爆预售对于威麟来说,无疑是一个积极的市场信号。在中国汽车市场中,高端商务用车市场日益重要,威麟V5赢得消费者如此的热情关注,其在这一细分市场的竞争力已初步显现。而凭借此次活动的市场发力,威麟品牌在高端商务用车市场尤其是MPV市场的话语权也必将得到进一步强化。

屈彦飞

