

TOP汽车 | 封面话题



岁末年初,又迎来了盘点季。2013年,车市王者的归属,随着一系列数据的公布逐渐清晰。2013年,我们发现,单一车型的销量规模在升级。中国汽车工业协会发布数据称:2013年全国汽车产销2211.68万辆和2198.41万辆,比上年分别增长14.8%和13.9%,创全球历史新高,连续五年蝉联全球第一。反映到销量上,这场车市盛宴势必诞生很多销量新贵,同时也意味着车市的固有生态被打破。 郑州晚报记者 谢宽



全国汽车产销2211.68万辆和2198.41万辆,同比分别增长14.8%和13.9% 2013年,国内车市增长率重回两位数

豪车 继续再创新高

对于豪华品牌来说,最近陆续公布的2013年成绩是春节最好的贺礼。去年,不管是奥迪、奔驰、宝马这样的大腕,还是路虎、凯迪拉克、英菲尼迪,销量同比增幅都明显大于中国市场平均增幅,这些品牌的进步更可以用“大涨”来形容。

目前已经公布数据的豪华品牌,在2013年的成绩都非常亮丽。德系三驾马车依然是大家唯马首是瞻的带头大哥。销售冠军奥迪去年在华销量达49.2万辆,同比增幅达21.2%,拉大了与竞品的差距。宝马(包括mini)以销售39.07万辆、19.7%的增速紧随其后,奔驰则以22.万辆、11%的增速扫除了2012年的颓势。

虽然中国新富阶层推高了超豪华品牌的销量,但是去年受政府大力提倡节约之风的影响,超豪华品牌结束了同比增

中高级车 德系挑头,日系紧追

“得中高级车者得天下”,这向来是汽车行业的一项“决胜秘笈”,不仅是因为中高级车市场利润可观,更是因为这一细分市场向上可争夺高端车份额,向下可抢占中级车市场,对企业而言有着重要的战略地位。与此同时,随着消费水平的不断升级,一辆20万元左右的中高级车不再“遥不可及”,甚至不少人将第一辆车就锁定在这一细分市场,众车企间的竞争可想而知。

具体到各细分车型上,统计显示,大众双雄帕萨特和迈腾分别以227262辆和187173辆,依然稳守销量前两名,而紧随其后的广汽丰田凯美瑞、广汽本田雅阁以及东风日产天籁,销量分别达到177649辆、118920辆和106220辆,与大众

幅破百的风光生涯。其中,保时捷同比增长19.9%,劳斯莱斯同比增长11%。

就纯进口车业务来说,表现最好的是路虎。该企业去年前11月在华销量为83499辆,同比增长28.2%。雷克萨斯的销量低一些,2013年在华销售7.3万辆,同比增长14%,其混合动力车型销售2万辆,同比增长43%。

说到增幅,前年遇到高库存、车商撤店等危机的讴歌去年情况好了不少,销量翻了一番,凯迪拉克去年完成了5万辆的销售成绩,同比大涨66.6%,在目前的“品牌增幅排行榜”中排名第二;而前几年发展面临诸多困境的英菲尼迪,去年销量为1.71万辆,同比增长了54%;沃尔沃业绩提高了45.6%,达到6.11万辆。

双雄的差距并不大。业内细心的观察者不难发现,两款德系中高级车的销量增幅并不如日系三强凯美瑞、雅阁和天籁,在2012年,雅阁和天籁的销量总和也不及帕萨特一款车。

究其原因,业内认为,德系两强已经进入换代的中后期,而日系三强都刚刚迎来换代或仅在换代中期。2014年的中高级市场,凯美瑞继续发力,而刚刚换代的第九代雅阁和天籁必然也会动作连连。帕萨特和迈腾想要保住地位将越发艰难。

值得一提的是,雪佛兰迈锐宝经过品牌不断地调整,以超高的性价比在中高级市场站稳脚跟,杀入销量前十行列。迈锐宝的晋级之路,值得准备入主中高级车市场的自主品牌好好研习。

经济型车 保持稳步增长

经济型车占据了轿车市场一半的市场份额,竞争同样激烈,单车销量也极高。“新三样”别克凯越依靠2013年初的改款,销量再次小幅增长,296183辆的年销量也让其成为中国单一车型200万辆俱乐部新成员。

不过,2013年轮到福克斯抢第一,据统计显示,福克斯三厢和两厢的销量之和达到403640辆,成为经济型车市场最大的赢家。而紧随其后的朗逸,以374056台的成绩位居第

SUV 市场的火爆增长

说到SUV市场,2013年整体依然用火爆来形容。据不完全统计,2013年一共有165款SUV产品推出,包括全新上市、新增上市以及车展上发布的各种SUV概念车等。其中,31款改款车型,21款年型款车型,69款全新车型,44款新增车型。从这一组数据中,我们也能够看出,当前SUV市场的新产品推出速度非常快。

再从派系方面来分析这一组数据。165款SUV车型中,德系有24款,日系有30款,美

MPV 异军突起

由于五菱宏光、长安欧诺、东风小康等原本属于交叉型乘用车车型的划入,2013年多功能乘用车(MPV)的销量大放异彩,一直以高于其他乘用车类型的速度飞快增长。根据中汽协会的统计,2013年前11个月,MPV销售114.41万辆,同比增长1.5倍,占同期乘用车市场份额的7.08%;11月单月MPV销售14.06万辆,环比增长3.88%,

同比增长2.3倍,占当月乘用车市场份额的8.29%。

而早在2011年和2012年,MPV占乘用车市场份额仅3.4%和3.2%,2013年该市场的容量翻了一倍有余。业内人士分析,类似五菱宏光车型的参战,给MPV市场带来了诸多变化。其中,尤以市场占有率、车系市场占有率和发动机排量变化最为明显。

系有31款,欧系有24款,韩系有13款,自主有43款。自主品牌依然是SUV市场新产品推出的主力,其次是美系和日系,德系、欧系以及韩国分别为第四到第六位。这里的排名并没有实际意义,因为每个派系汽车品牌的多寡并不相同。

自主品牌虽然推出的新产品很多,但除了哈弗H8之外,其他产品全部为紧凑型 and 紧凑型以下的产品。在售价上,自主品牌与合资品牌存在一定的交集,但交集并不大,主要存在

于紧凑型产品与合资的小型SUV之间。

业内人士分析,今年的汽车销量增长SUV功不可没,几乎均是上一款火一款。消费者对SUV的追求已经不是越野性,而是实用性。在郑州汽车流通协会副秘书长吴大胜看来,SUV的热销也折射出中国汽车消费的升级,偏向实用性。SUV市场需求本身很大,随着紧凑型SUV的生产,未来几年内,SUV仍会保持快速增长的态势。

从市场占有率看,在MPV市场,不论企业的市场占有率还是单个车型的市场占有率,皆要远远大于基本型乘用车和SUV车型。从各车型所挂LOGO的属性来看,中系车占据最大的市场份额。

在发动机排量方面,中系车中的几款畅销车型,发动机排量均集中于1.5升甚至更低。