

大众领跑上半年合资品牌销量

2016年已经过半,中国汽车市场销量稳中有升,继续领跑全球。而在承上启下的“年中考”,合资品牌一直是备受关注的焦点。南北大众以及上汽通用依然凭借较大优势占据前三甲。丰田成为日系品牌中销量最好的合资品牌,马自达也将借助CX-4一改颓势。接下来来看看这些合资品牌这半年的表现。

青年报 孙臣



大众

大众品牌今年上半年销量为183.63万辆,继续蝉联国内合资品牌销量冠军。而其中上汽大众上半年累计销售97万辆,同比增长10.2%;一汽大众累计销量为88.6万辆,同比增长8.8%。

从上汽大众上半年的表现来看,朗逸、桑塔纳、帕萨特、途观这四款车是依旧是销售主力,占到了总销量的一半左右。另外还要值得一提的是,斯柯达品牌1-6月销量为151899辆,同比增长10.2%。

再看一汽大众的销量表现,一汽-大众旗下拥有大众和奥迪两大品牌,其中大众品牌累计销售597098辆,同比增长10.1%,市场份额提升0.3%;奥迪品牌累计销售288908辆,同比增长6.1%。

此外,今年上半年,一汽大众推出了全新宝来、全新高尔夫·嘉旅、新速腾GLI以及新款奥迪A6L、奥迪2016款A3、新款奥迪Q3等多款重磅车型,进一步丰富了消费者的选择。

通用

通用今年上半年销量为181万辆,较去年同期增长5.3%。而其中别克和凯迪拉克前6月分别售出568467和45818辆,同比增长分别为30%和16%;不过,雪佛兰6月销量延续下滑态势,6月销量同比减少25%至35648辆,而上半年累计售出225995辆,相比去年同期的317408辆同比下滑28.8%。究其原因则是因为受到品牌进入产品换代的真空期以及紧凑型车市场萎缩等因素的影响。

不过,作为国内唯一能够与大众扳手腕的合资品牌,通用的最大秘密武器还是五菱!上汽通用五菱今年上半年累计销售101.24万辆,实现2.7%的同比增长。而这其中,宝骏品牌产品销量同比增长80.92%。并且两大王牌之一的宝骏560上半年共计销售17.45万辆,而宝骏730上半年累计销售14.40万辆。而“宇宙神车”五菱宏光全系产品累计销售29.43万辆。虽然上汽通用五菱仅仅实现2.7%的同比增长,但是半年就卖了100万台!

丰田

今年上半年,丰田累计在华销量为59.21万辆,同比增长15.5%,是日系阵营中销量最好的合资品牌。但是值得一提的是,在刚刚结束的6月份,丰田汽车在华共销售新车97100辆,相比去年同期减少了3.4%。这是丰田汽车进入2016年以来首次在华月度销量同比跌落。

一汽丰田方面,上半年已经累计销售32.32万辆,大幅增长18%,完成销量目标的一半以上,达到52.1%。一汽丰田今年的销售目标是62万辆,前半年已完成过半任务。

而广汽丰田方面,今年上半年累计销售为20.9万辆,同比增长7.91%。广汽丰

田今年的销量目标为41万辆,同样上半年已经完成过半目标。

福特

福特今年上半年累计销量达56.46万辆,同比增长5%。

但长安福特的2016年上半年过得并不尽如人意,除了连续的人事变动以及经销商事件之外,从今年4月份开始,长安福特销量下滑至5.9万辆,同比下降11%,5月份销量5.11万辆,同比下滑幅度扩大至17%。以上种种问题让今年想冲击100万辆销量目标的长安福特在前5个月的时间里蒙上了一层阴影。

从车型来看,福特SUV市场表现相当不错,与去年上半年相比,同比增长27%。其中锐界车型依旧在7座SUV市场保持销量领先,上半年销量53135辆;翼虎车型上半年累计销量达57375辆。

值得一提的是,作为福特旗下唯一豪华品牌的林肯,今年上半年累计销量已接近去年同期三倍,达12450辆,超过该品牌去年11630辆的全年总销量。

本田

今年上半年本田累计为54.3万辆,同比增长17.7%,在合资品牌中销量增速最为明显。

本田在华的两家合资公司,广汽本田和东风本田都呈现出增长态势,尤其是东风本田,同比增长达到42.7%,完成了全年销量目标的55%。而广汽本田上半年取得了超过28万辆的好成绩,完成全年销量目标的46%。

当然,今年上半年本田之所以增幅如此之大,很大程度上离不开SUV市场的强力表现,其中缤智、CR-V、XR-V三款SUV均有所增长,增长率都在两位数,为本田在华销量贡献不少。

现代

今年上半年,北京现代累计销售52.3万辆,同比增长2.4%,今年依然有希望进入百万销量车企阵营。

在历经去年的蛰伏以及第一季度的惨跌,北京现代从今年第二季度起终于重新发力。特别是今年6月销售达9.7万辆,同比增幅达60%,一洗前辱。

此外,今年北京现代定下了112万辆销量目标,已经完成全年目标的46.7%。相信照着这个势头继续保持下去,应该很有希望。

日产

东风日产在上半年销量突破50万辆,达到50.7万辆,同比增长了7%。其中日产品牌终端销量超过45万辆,启辰品牌达到56833辆。

7%的增长表现在合资品牌中绝对是相当亮眼。而东风日产之所以有如此好的成绩,主要拜赐于其年轻化战略。从产品年轻化,突出年轻人个性审美需求;

以及各种营销活动,不断吸引年轻粉丝,再加上东风日产在价格上不错的亲和力,使得东风日产的产品越来越受到年轻消费者的青睐。

神龙汽车

神龙汽车上半年共销售28.69万辆,同比下滑18.45%。今年以来,神龙汽车的步伐一直比较缓慢,出现了东风标致和东风雪铁龙同时下滑。

去年上半年,神龙汽车累计销量35.48万辆,相比于全年70.4万辆的销量,完成率还能超过一半。而今年神龙汽车“罕见”经历了持续6个月的同比下跌。

不过,根据神龙汽车的计划,下半年将是新车密集上市时期,包括新款标致3008、全新308、全新4008、雪铁龙新C6、C4L等

车。随着新车陆续上市,神龙汽车下半年能否扭转颓势,值得期待。

马自达

马自达今年上半年累计销量为11.75万辆,同比增长仅为1.3%。其中,长安马自达的销量为86467辆,占总体的73.6%,同比增长20%;一汽马自达前6个月销量为3.11万台,去年的同期销量为44230台,同比下降42.3%,严重拖了马自达在华的后腿。

马自达在华一直处于“失衡”状态,不过今年马自达调整了战略,一汽马自达CX-4的出现将很好地调整马自达在华的状态,该车型上市还未到一个月已经收到破万的订单,相信一汽马自达在下半年也将进入强势期,马自达今年的成绩会有不错的进步!

缺“娱”不可,新TIIDA助你智娱自乐



汽车对于很多人来说,已经不再是简单的代步出行工具。如今,新生代年轻人逐渐成为汽车消费者主力,而“爱玩”又是新一代年轻人的共性,对智能娱乐的需求也越加强烈。为满足年轻人对“玩”的诉求,越来越多汽车企业为消费者带来了更加智能、娱乐的用车装备。本次要推荐的这款新车,来自东风日产的新TIIDA,是一款为年轻消费者带来的诚意之作。

新TIIDA作为一款专为年轻人而来的两厢车型,在“智能”上的亮点颇受关注,除一直被媒体强调的安全系统和动力总成外,对娱乐系统的配置也没有丝毫懈怠。新车搭载的i-CONNECT智能娱乐系统,为年轻人在漫漫长途中搭建了一个“会玩”的娱乐平台。什么是“会玩”?其实就是“智能化”,为普通的娱乐系统加点“智”。

i-CONNECT智能娱乐系统拥有智能手机互联系统和5英寸TFT仪表彩色3D显示系统两大部分。其中,智能手机互联系统就是“会玩”的核心。该系统与兄弟车型新蓝鸟、新轩逸上所配置的类型,能同时支持WiFi(安卓)和CarPlay(苹果)手机连接两种形式,兼容安卓主流手机和iPhone,让爱玩的人都能拥有玩的机会。

这一次全新换代,果粉的诉求没有被落下。新TIIDA是同级里首次支持CarPlay功能的车型。该功能的使用无需下载任何软件,只需用iPhone数据线连接手机就可以直接启用,可以直接畅享查阅短信、播放音乐、查询地图等功能。另外,连接手机后,方向盘按键即可通过语音指令Siri,实

现语音拨打和快速导航规划,让用户在使用娱乐系统时“解放了双手”。

看到这里,使用安卓手机的小伙伴稍安勿躁。安卓机虽然需要提前通过扫码下载专属软件,但是无需数据线即可直接与WiFi和蓝牙实现链接,进行互联操作。如果傲娇的你不需要连接手机,那智能手机互联系统就相当于一个普通车载系统,能够满足蓝牙、USB、AUX等连接。只要你会玩,新TIIDA的娱乐系统就相当于你的手机,怎么玩都尽在你的指间。

除了操作流畅、功能丰富以外,屏幕分辨率和苹果所要求的Retina屏幕相差无几。这比使用那些满是小格子比标清画质还弱的车载系统,更像是高清版的视觉画面。娱乐系统的另一部分是5英寸TFT仪表盘彩色3D显示系统,其与兄弟车型奇骏配置的类型,也十分注重行车时驾驶者的视觉感受。这对早已被各种高清大片娇惯了的年轻人,无疑是给挑剔的眼睛们一份福利。系统置于仪表盘中央位置,能通过直观的3D视觉效果,呈现包括多媒体、行车辅助、行车电脑和安全提醒4大类信息,为行车提供了便捷的信息。

在目标消费市场日益年轻化转变的关键时刻,东风日产此次带来的重磅车型——新TIIDA,更像是投向年轻市场这片大海的一颗巨石,能够激起多少浪花,还需等待市场的检验。但对于年轻人的娱乐诉求也作了仔细考量的车型,相信这种走心的产品理念,将赢得消费者的认可,创造新的市场销售奇迹。

广告