

# 销量差距缩小 德系三强相互“较劲”

## ■ 资讯

### 1月份马自达销量近2.5万辆

马自达(中国)企业管理有限公司近日公布了马自达品牌车型在中国市场2017年1月的零售销量业绩:1月完成销售24,994台,同比微减3.7%。

马自达两大销售网络的零售情况分别为:一汽马自达1月单月销售业绩达到12,403台,同比增加93.0%;长安马自达完成销售12,591台,同比减少35.5%。

对此,马自达(中国)企业管理有限公司董事长渡部宣彦表示:“1月份由于春节长假的原因工作日较少,加之主力车型Mazda3 Axela昂克赛拉临近中期改款的时点,导致整体销量同比微减。但与此同时,CX-4和Mazda6 Atenza阿特兹分别在1月刷新了单月销量历史新高,这也为2017全年的销售工作开了一个好头。在这新的一年,我们将继续致力在产品、销售和服务领域持续深入和强化工作,力争让更多的用户成为马自达品牌粉丝而不懈努力。”

一汽马自达的发力可以想象到,CX-4为主力军提供了增长点。而长安马自达的新年乏力也在意料之中,两款车型都处于改款期,全新CX-5已经在北美发布,全新Mazda Axela昂克赛拉也曝出车型照,新款车型已经引起了消费者的关注,老款车型自然被无奈压库。

青年报 孙臣

### 北汽新能源 双子星新车上市



2017年春节假期刚过,北汽新能源即紧锣密鼓地推出了两款新车,分别是纯电动SUV——2017款EX260和去年A级纯电销冠车型——2017款EU260。作为国内首款A级纯电汽车,北汽新能源EU260搭载的e-Motion Drive超级电驱动技术,可确保96%的电能转变为动能,因此一经上市即成为明星车型。

据了解,此次升级后的2017款北汽新能源EU260,除了保持原有的车辆冬日真实续航里程长以外,更在细节之处下功夫。这次2017款新车更能凸显纯电动车的操控性,加速性和舒适性。

更重要的是,北汽新能源EX260的“内芯”则有了改天换地的升级。EX260搭载了安全性更高、容量更大的高性能三元锂电池,实现了综合工况续航260公里、等速续航超过318公里的超长续航,极大缓解消费者的里程焦虑问题。

青年报 孙臣



豪华车在中国市场的竞争已经进入到了一个三足鼎立的局面,奥迪、宝马、奔驰三家豪华车企间的差距不断缩小,2017年或许将成为格局发生改变的一年。

在刚刚过去的2016年,中国汽车销量以超过2400万辆的成绩再次登上了世界第一的“宝座”,在超过2000万辆的巨大体量下仍然在购置税优惠政策的帮助下,寄出了14.93%的快速增幅。

而在豪华车市场,虽然购置税优惠政策的影响并不大,但整体车市的火爆却也另豪华车市场沾光,销量排名前10的企业中销量全线飘红,呈较快速度的增长态势。

尽管整体豪华车市场火爆,但ABB三家仍占据了绝对领先地位,我们再把排名聚焦在前三甲便可以看出,ABB之间的销量差距已经变得非常小。

青年报 孙臣

## Audi 奥迪:老兵尤勇

对于奥迪来说,2016年是不平静的一年,在年末频频出现在头条的他们尽管面对着各种各样的困难,但依然在困境中实现了58.9万辆的销量,保住豪华车市场销量冠军的同时也打破了中国豪华汽车品牌年销量记录,占据中国豪华车市场近三分之一的市场份额。

奥迪在中国豪华车市场称得上是一名“老兵”,尽管奥迪今年显出了一定疲态,但笔者认为,这应该只是一个暂时的现象,不会成为未来的常态。

首先,车型方面奥迪有着自己的打算。刚刚过去的2016年,奥迪在各细分市场“多点开花”:发布了全新奥迪TTS、全新奥迪A4L、全新奥迪A4 all-

road quattro等全新换代车型;引入奥迪RS 6 Avant等个性化车型;以及新奥迪A6L、新奥迪Q3等中期改款车型。

其中奥迪Q5以130094辆的年销量,同比增长10.8%;新奥迪A6L全年共实现销量137922辆;奥迪A3的两款车型(两厢版和三厢版)累计销售88379台,同比增长30.6%;奥迪Q3于2016年4月完成中期改款,全年销售89436辆,同比增长27.7%。

值得注意的是全新A4L,这款车一直承担着奥迪销量主力的任务,但在2016年A4L的表现并不能称得上非常出色,奥迪官方公布的2016年销量数据中并没有单独列出A4L的销量,但根据非官方数据,在2016年新旧两款

A4L的销量数据在9.3-9.7万辆左右,同比下降幅度在50%左右。

这里的原因也不难推测,为了清除旧款A4L的库存,新款A4L上市的时间比较晚,还没有到发力的时间,部分有购车意向的消费者还在观望中,也有可能是在等待终端优惠力度的加大,到2017年,新款A4L的销量数据值得期待。

除此以外,在2017年奥迪还会有Q5的换代车型,以及A3的大改款车型,这些车型也将为2017年的销量保驾护航。

其实今年A6L的表现也非常惊艳,逐渐摆脱官车定位,A6L已经开始更加快速的走进寻常百姓家庭,这对于整个品牌调信的影响都是比较大的。

## BMW 宝马:吹响号角

在中国豪华车市场,如果说奥迪是个经验丰富的老兵,那宝马就是个默默酝酿革命的战士,在2016年,他们险些导演了一出对于奥迪的反超好戏,将与奥迪之间的差距从2015年的11万辆缩小7万辆。

宝马在2016年在华销量达到了51.6万辆(包括MINI品牌),较去年相比实现了11.3%的增幅,这也是宝马在中国首次突破50万辆大关。

作为这支“革命部队”的一把

尖刀,宝马5系很好的完成了任务,全年15.5万辆的数据也使5系成为了中国豪华车中的单车销量冠军。另外在2017年,全新一代的5系长轴距就将会上市,对于宝马来说无疑是一大利好。

宝马在2017年在华总共将推出14款新车,还包括一款“中国特供”车型——基于UKL前驱平台打造的全新宝马1系三厢版,宝马(中国)汽车贸易有限公司总裁刘智先生表示:宝马1系三厢版是宝马为中国量身打造的

首款车型。笔者认为,这款对标奥迪A3的小型车上市宣告着宝马吹响了与奥迪全面开战的号角。

除此之外,宝马同奥迪一样在新能源车型的布局上也没有落下,X1插电混动版将在年内上市。

在2017年宝马的新车规划颇多,并且很多是充分考虑了中国国情所作出的改变,这充分显示了宝马对于中国市场的重视,宝马希望革命,而2017年或许将会是宝马与奥迪决战的一年。

## Mercedes-Benz 奔驰:后来者强

回望奔驰的2016年,笔者印象最深的就是全新长轴距E级车上市时“过五关斩六将”的豪气,在宝马忙着追赶奥迪时,奔驰已经在悄无声息之间赶了上来,虽然仍排名第三,但已经紧咬着宝马加入到了豪华车第一集团的争夺中。

2016年,奔驰在华销量达到了48.1万辆,同比增长高达28%,连续46个月实现销量增长。目前奔驰仅落后第二名宝马4万辆左右,值得一提的是,在这48.1万辆车中,有超过70%是来自于北京奔驰的国产车型,这对于奔驰来说意义更大。

全新长轴距E级车当仁不让的成为了今年的销量主力,而叫好又叫做的表现源自于全新C级的铺垫,号称为“小S级”的全新C级不仅在销量上取得了成功,更在品牌力的灌输上实实在在的帮助了奔驰品牌,以至于当全新E级上市后,“50万的价格,100万的享受”这样的观点能够得到人们的认可。

奔驰在中国的持续增长并不是偶然的。不破不立,奔驰在渠道上的整合为其销量的稳定增长提供了坚实的基础,据北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限

公司高级执行副总裁李宏鹏介绍,2016年90%的奔驰经销商已实现盈利。

此外,奔驰的SUV车型在中国依旧火爆,据了解在奔驰在华全年的48.1万辆销量中,有一半左右的SUV车型,GLA与GLC两款车型贡献了较大份额,而在2017年,奔驰的SUV布局还将会进一步加深。

奔驰2017年在华将推出15款新车,其中被称作“拳头车型”的GLA将迎来中期改款,而E180L以及GLC200两款入门级产品的推出又将进一步降低奔驰的门槛,吸引消费者。