

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第708期 | 2017年11月15日 星期三 责任编辑:张云 视觉设计:龚云阳 编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

“银十”销大于产表现不俗

——10月中国汽车市场分析

10月份我国汽车产销分别为260.4万辆和270.4万辆,销售环比微跌0.2%,虽逊于上月,但依旧“销大于产”;前10月累计产销2295.7万辆、2292.7万辆,在去年同期高增长(14%)基数上赢得4.1%的增长,实属难能可贵。单月和月度累计数据表明,10月车市表现符合“金九”后“银十”的预期。

● 重卡再创历史纪录

10月,商用车产销37.9万辆、35.1万辆,其中重型卡车销售9.2万辆,同比增长32.6%,增幅高过货车,也高过商用车,创下2010年以来同月销量最高。商用车尤其重卡对车市贡献不小。前10月商用车产销340.4万辆、342.5万辆,同比增长16.9%、17.2%,高于汽车(总体)12.7和13.1个百分点。

● SUV 环比均增长

10月,乘用车产销222.5万辆、235.2万辆,销量环比均微增0.4%。四个大车型中,SUV销量为102.1万辆,在乘用车中出类拔萃,环比增

长分别5.2%和13.9%。轿车和微客环比均下滑;MPV环比增长14.4%、同比下跌18.1%。

1-10月,SUV销售798.2万辆,同比增长15.8%;已经跃升至乘用车销量(1950.2万辆)的四成多,增速同比远高于乘用车13.5个百分点。另三个大类乘用车型则销售低迷。

● 轿市十强人气不减

10月,1.6升及以下乘用车销售163.7万辆,环比微增1.2%、同比下滑4.4%;其销量占乘用车总销量的69.6%。1-10月,1.6升及以下乘用车销售1333.6万辆,同比下降3.0%;其销量占乘用车总销量的68.4%,同比回落2.9个百分点。朗逸、英朗、轩逸、卡罗拉、捷达、速腾、桑塔纳和宝来等紧凑型轿车市场人气不减。前10月,朗逸等十强轿车车型合计销量279.4万辆,同比增长4.2%;其销量占到轿市的三成,比例不可谓不高。

● 新能源车增三成

10月,新能源汽车销售

9.1万辆,环比增长16.7%、106.7%。其中纯电动车7.7万辆,环比增长60.4%、95.8%,插电式混动车1.4万辆,环比增长7.7%、194.0%;1-10月,新能源汽车销售49.0万辆,同比增长45.4%。其中纯电动车40.2万辆,增长55.9%,插电式混动车8.8万辆,增长11.2%。

工信部长苗圩在中共十九大期间表示,新能源汽车发展中,出现少量企业钻政策空子骗补,去年查处了5家企业,同时修改完善的补贴政策拖了一段时间,对新能源汽车发展确有一些影响,导致年初市场大幅回落,到三季度才恢复到正常发展状态,如不出大的意外,今年新能源汽车能有30%左右的增幅。

● 中国品牌份额微升

10月,中国品牌乘用车销售103.9万辆,在上月大涨基础上又增长7.6%,不过同比还是下降1.8%;其销量占乘用车销售总量的44.2%,环比增长

3.0%,同比下跌1.0%。其中SUV销售63.6万辆,环比增长10.4%、14.2%;其销量占SUV销售总量的62.3%,同比提高0.2个百分点。

1-10月,中国品牌乘用车销售839.3万辆,同比增长3.2%,市占率43%,同比提高0.5个百分点。

● 汽车出口持续高涨

海关总署数据显示:汽车(含底盘)10月出口10万辆,1-10月82万辆,同比增长43.9%,出口金额721.37亿元(人民币),增长28.7%,出口额增长位居机电产品出口之最。

中汽协统计的车企报出口整车数,10月为8.8万辆,环比增长5.8%、42.2%,呈高速增长。其中乘用车6.3万辆,同比增长42.9%;商用车2.9万辆,增长40.3%。1-10月汽车出口71.5万辆,同比增长28.8%,增速较前9月提高2.6个百分点。其中乘用车49.7万辆,同比增长36.5%;商用车21.8万辆,同比增长14.2%。张伯顺



上汽通用凯迪拉克品牌日前在京为新冠名的“凯迪拉克中心CADILLAC ARENA”举办盛大的揭幕典礼。揭幕典礼上,全新一代凯迪拉克XTS正式上市。新车推出三款车,售价为29.99万-35.99万元。较之现款,新车在外形设计与科技配置方面进行了革新与智能升级。新车率先使用业界领先的OTA远程升级技术,导航地图、APP应用、系统升级均可通过远程实现更新,令用户足不出户即可完成车辆系统的升级优化等便捷服务。姚琼



“高品质特省油家轿”全新荣威360 PLUS近日上市,推出20T和1.5L两个排量车型,官方指导价7.79万-12.99万元。新车采用荣威全新设计语言“律动设计”,外观优雅、自信,内饰采用横向舒展的家族式设计,进一步扩大车内视觉空间感受。新车搭载的上汽“蓝芯”SGE 20T发动机,最大功率156马力,最大扭矩235牛米,动力性能超越主流合资发动机。江美

广汽Acura开启年轻运动豪华“不凡”之路

当下,品牌年轻化成为发展趋势。广汽Acura敏锐捕捉机遇,先人一步颠覆想象、突破常规,11月10日在上海燃情上演GAC Acura Night这一与年轻群体直接对话的光影视听盛宴。

在这场充满青春活力的盛宴上,广汽集团副总经理兼广汽本田董事长李少、广汽本田总经理佐藤利彦、广汽本田执行副总经理郑衡等莅临现场,宣布“精确 不凡”为全新中文品牌口号,推出“精·诚 体验”全新售后服务品牌,并公布第二款国产车型ALL NEW TLX-L入门版预售价格为不高于28万元,以全新姿态,开启品牌年轻运动豪华的新阶段。

“精确 不凡” 演绎品牌新主张

为了更好地向中国消费者传递Acura的品牌精髓,广汽本田执行副总经理郑衡正式发布了全新中文品牌口号——“精确 不凡”,它是Acura全球品牌口号“Precision Crafted Performance”的中文诠释,意即唯有坚持对于“精确”的不懈追求,才能成就最终的伟大与“不凡”。“精确 不凡”承载了Acura品牌自诞生之日起的光辉历程,“精确”是Acura品牌的基因和灵魂,是对每一个细节的精益求精,是以前瞻科技打造的尖端极致座驾,以精诚理念缔造的卓越服务体验;“不凡”是Acura品牌的追求和归宿,是带给每个梦想同行者的激动与憧憬,是打破常规,为顾客重新定义驾驭的喜悦,是不断突破,实现同行者极致生活的梦想。



“精·诚 体验” 打造完美售后服务

在全面整合资源之后,广汽Acura再一次升级售后服务,宣布全新售后服务品牌为“精·诚 体验”。

全新服务品牌的内涵是“精确对车 诚意待客”,通过技术型专属管家、Acura Link 智能化互联服务平台、4年/10万公里免费保养及保修、4年不限里程免费专业道路救援等措施,为客户提供专属、透明的尊享体验。

广汽Acura还提出了三大承诺,其中包括为所有用户提供便利,快捷、精准的服务;针对每一位用户的不同需求提供量身定制的个性化服务;为所有用户提供价值透明的安心服务等,让所有车主在享受极致的驾乘体验的同时,也能感受到售后服务的“精·诚 体验”。

TLX-L重塑豪华基准

ALL NEW TLX-L的预售价格,入门版不高于28万元,共有畅享版、悦享版、尊享版、智享版、钻享版五



▲ ALL NEW TLX-L带领Acura全车系齐登舞台,玉兰花瓣天顶渐渐开启,60架无人机徐徐升空,几经变幻,Acura LOGO跃然天幕,如璀璨星光照亮会场上空,将整场活动推向高潮

个版本,即日起接受预定。作为广汽Acura第二款国产车型、首款国产轿车,ALL NEW TLX-L凭借型动美学、运动科技、舒适座舱三大卖点,重塑中高级豪华轿车价值基准。

新车采用“Acura Precision Concept”家族设计语言、钻石五边形前格栅“Jewel Eye”LED光学照射系统,配

备了IDS智能动力系统,提供Econ、Normal、Sport和Sport+四种不同驾驶模式,为驾驶者带来更丰富的驾驶选择和非凡响应的驾驭享受。同时,该车搭载了Acura引以为傲的“PAWS四轮精准转向系统”,实现精准的转向性和操控稳定性。舒适座舱方面,新车充分考量

了中国消费者最为重视的空间需求,国产后的ALL NEW TLX-L轴距达到了2900mm,车身长度达到4981mm,实现了同级别中极具竞争力的宽敞后排空间,大幅提升了乘坐舒适度。同时全系标配的全景天窗,为ALL NEW TLX-L的驾乘者带来了超大的视野享受。

全力聚焦年轻化

在“Premium & Sporty”“先端运动”世界观的引领下,广汽Acura在中国已成为一个更为“年轻、运动、时尚、值得信赖的”运动豪华品牌,获得了众多年轻消费者的青睐。

车型导入上,广汽Acura聚焦年轻群体,了解他们的个性化需求,力求为年轻人打造更多的尖端极致运动座驾。从发布第一款国产战略车型CDX,到正式推出第二款国产车型ALL NEW TLX-L,广汽Acura每一个战略步调都异常稳健。明年,即将在底特律车展亮相的Acura品牌全球战略车型——全新RDX也将以最快的速度实现国产化。未来,广汽Acura将以更加丰富、强大的产品矩阵吸引更多的年轻用户,让更多消费者领略到广汽Acura“精确 不凡”的品牌精髓。