

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第 718 期 | 2018 年 1 月 24 日 星期三 责任编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

车企亮剑挑战2018新目标

新年伊始,部分车企开始陆续披露新一年销量目标,这些目标根据整体车市环境及去年企业表现,或大胆激进、或放慢脚步、或虚怀若谷、或踌躇满志。我们不妨通过各大车企制定的年度目标,来窥测2018年车市的走向。

● **一汽-大众**——在2017年销量首次突破200万辆大关,同比增长5.0%后,一汽-大众今年将目标设定在210万辆。在2018年,一汽-大众终于要在SUV市场出牌了,按规划,大众T-Roc及全新奥迪Q2、Q8、全新换代加长的奥迪Q5L等年内将面市。

● **广汽丰田**——广汽丰田在2017年超额完成43.5万辆的年度目标,2018年将挑战50万辆的年销目标,相较2017年增长13.6%。今年全新第八代凯美瑞将完全释放能量,丰田全球战略小型SUV C-HR将上市。此外,首款纯电动SUV等新车也将在年内导入。

● **广汽本田**——广汽本田在2017年终端销量同比增长高达10.8%,相较69万辆的年销目标有5.9%的提升。2018年广汽本田将挑战75万辆的全年目标。今年有多款新产品的导入,如明星产品雅阁将

完成升级换代;新款飞度、缤智PHEV以及一款纯电动SUV的推动,也将有助于推动更高目标的达成。

● **吉利汽车**——去年在百万量级企业中,吉利的发展势头是最迅猛的,终端累计销量同比增长63%,超额完成全年110万辆的销量目标。今年吉利汽车乘胜追击,将目标定为158万辆。吉利将推出五六款全新车型和现有产品的改款、迭代车型。

● **长城汽车**——2017年长城汽车仅完成125万年销量目标的85.6%。今年长城将销量目标调整至116万辆,将推出哈弗H4、哈弗H6 Coupe、哈弗蓝标H7等产品,继续增强集体作战能力。同时,WEY品牌将上市一款全新插电混动车型P8。

● **比亚迪**——比亚迪2017年销量达40.97万辆,2018年将目标锁定在40万辆(新能源车20万辆)。今年比亚迪新能源汽车提升幅度较大,将推出4-5款新车,其中比较重要的是全新一代唐,此外宋MAX的DM车型以及改款G5也有望在年内推出。同时,比亚迪将在10万元以内市场推出多款新能源微型车及小型车。

● **北京现代**——北京现代经历了2017年上半年的销量起伏后,总

算在下半年找回了感觉,增强了其全面提升销量、恢复市场地位的决心。2018年,北京现代将挑战全年90万辆的销量目标,将推出包括小型SUV ENCINO在内的4款新车。

● **东风悦达起亚**——与北京现代类似,在经历了去年上半年的起伏之后,东风悦达起亚也终于在下半年实现市场回暖,全年累计销量达到35.95万辆,2018年东风悦达起亚将挑战50万辆的销量目标,将推出包括2款SUV和2款新能源车在内的4款新车。另一方面,还将加强汽车造型设计的本土化,更加贴近中国消费者需求。

● **广汽传祺**——广汽传祺2017年累计销量达50.86万辆,大幅增长37%,2018年将冲击70万辆的目标。今年将有4款新车上市,包括1款轿车、1款MPV、2款SUV。同时,产能的提升也将缓解广汽传祺的后顾之忧。此外,广汽传祺的国际化征程也值得关注。

● **东风风行**——东风风行2017年共销售整车23万辆,同比下滑11%,近十多年以来首次出现负增长。2018年东风风行将重整旗鼓,挑战33万辆的销量目标。东风风行将

推出新一代景逸X5、景逸X7(7座SUV)、全新小型SUV、F600A以及F700A共5款新车型,其中有3款是SUV车型。

● **东风启辰**——2017年东风启辰累计销量达14.3万辆,同比上涨22.7%。今年,驶入快车道的东风启辰将大展身手,尤其是T70和T90组成的“SUV双雄”将成为支撑品牌快速增长的引擎,冲击20万辆的年销量目标。

● **江淮乘用车**——江淮乘用车2017年共销售整车22万辆,同比下滑40%,与年初制定的40万辆的销量目标相差较大。2018年已公布集团总目标为60-67万辆。今年江淮将投放比瑞风S3更高级别的SUV、小型家用MPV R3、续航高达400公里的iEVA50等多款产品。

● **神龙汽车**——2017年神龙汽车共售出37.8万辆新车,同比下滑37%。不过从9月起,凭借4008、5008及天逸SUV的热销,重回月销4万辆轨道,实现连续环比增长,让神龙汽车看到触底上升的趋势。今年神龙汽车确立了47.6万辆的销量目标,增速达到26%。

● **众泰汽车**——众泰汽车

2017年累计售出新车31.7万辆,同比下降4.8%,未完成全年40万辆的目标。早在2015年,众泰汽车曾定下宏伟目标,希望销量能实现每年10万辆的增长,并将2018年的销量目标定为50万辆。不知目前的现状能否让众泰对2018销量目标放低要求。

● **东风雷诺**——东风雷诺在2017年累计销量7.2万辆,大幅增长140%。2018年东风雷诺制定了9万辆销量目标,并向10万辆发起挑战,预计同比增长将达到24.7%以上,远远跑赢“大盘”。

从上述各家车企公布的2018年销量目标来看,一些车企在制定目标时比较谨慎,还有一些未能完成2017年销量目标的车企大幅下调了2018年的销量目标,甚至比2017年的销量目标还低。但持续增长毕竟是多数车企的追求,如吉利汽车、广汽传祺、东风雷诺等。还有一些企业则表现比较激进,如神龙汽车、众泰汽车等。

从推出的汽车产品上看,代表未来趋势的新能源车无疑是最大的亮点。在传统车市场,SUV车型新品最多,其次为轿车,最少是MPV车型。而在推出的SUV车型中,依然以小型和紧凑型SUV车型为主;轿车车型中主要以紧凑型和中型轿车为主。由此可以看出,虽然传统车市场正趋向高端化,但是小型和紧凑型车依然为市场主力。 雍君

广汽传祺GA4北美首发中国上市



于2018年北美车展全球首发的广汽传祺GA4,日前在国内上市,售价为7.38万-11.58万元。传祺GA4是A级家轿市场的最新品质力作,为用户呈现“时尚律动魅力设计、居家柔感宽享空间、十项全能安全科技、一秒触达智联娱乐”等四大

核心价值,全面满足年轻消费者的家用出行需求。

传祺GA4拥有长达4692mm的超长车身,应用光影雕塑2.0造型设计美学,LED灯光组合大幅提升整车科技感。车内空间宽敞,加上高质感真皮柔软座椅、

后排出风口+USB充电口、同级领先的负离子+PM2.5空气净化系统等配置,带来居家般的舒享体验。

新车搭载了博世ESP 9.1车身稳定系统、上坡辅助系统,让新车拥有了更快响应与更高的稳定性。还有直接式智能胎压监测系统与6安全气囊、同级独有的360°全景泊车影像等安全装备。

传祺GA4搭载最新In-Joy智能互联娱乐系统,具有8英寸液晶中控大屏、3.5英寸全彩TFT液晶仪表盘以及智能行车电脑,还支持CarLife手机互联。智慧传祺T-BOX 3.0智能手机远程控制安防系统也有配备。

广汽传祺GA4搭载了200T第二代发动机,扭矩大、油耗低、噪音小,在1500转即可输出202Nm峰值扭矩,匹配爱信6AT手自一体变速箱,换挡响应速度及平顺性业内领先。 晓潮

征战美国 自主品牌直面大挑战

在刚刚举行的2018美国底特律车展上,参展的中国自主品牌车企广汽传祺宣布明年进军美国市场。无独有偶,宣布进军美国的还有吉利汽车,2020年它将在美国销售领克汽车。此前不久,长城WEY也意欲征战美国市场。一时间,“去美国”又一次成了自主车企的热门话题。

自主车企的美国梦可以追溯到2005年。那时候,奇瑞汽车初生牛犊不怕虎,想从建销售网络卖车做起,无奈车不如人以及遇上金融危机,屡败屡战,直到最后成了“先烈”。时至今日,国内SUV车型的热销,自主车企的实力今非昔比,不仅敢于直面合资品牌,甚至还不断抢占合资品牌的份额。有了底气后,打造国际知名汽车品牌成为新目标。

美国是实现这一目标的关键地方。作为全球第二大汽车市场,美国市场向来被认为是汽车产业的风向标。美国又是一个高度成熟的汽车消费市场,有着最严格的排放制度、最先进的审查机制以及最苛刻的汽车碰撞试验等等,没有登陆美国市场的汽车品牌,算不上真正成功的全球汽车品牌。

这既是机遇,更是挑战。自主车企也拿出了相应的战略规划表。

以广汽传祺为例,为实现进入美国市场这一夙愿,广汽传祺确定进军美国后,对美国的相关法律法规作了全面研究,并开始研发进入美国的车型。目前,这一新车型已经在中国完成了实验,下一步将在美国邀请第三方进行道路测试。今年内,广汽传祺还将成立美国销售公司,并在硅谷和底特律设立研发中心,在洛杉矶设立设计中心。与此同时,广汽传祺在中国市场上的年销量扩大至200万辆左右,为进入海外市场积累了充足的资金。

但在成熟的美国市场,多少资金是充足呢?建新厂、建立研发中心、产品本土化设计改造、搭建销售和服务渠道,都需要大量资金的投入。再者,以美国严苛的技术标准来看,现阶段自主车企想要全部满足美国的安全、油耗和排放法规要求十分困难,一旦无法满足美国市场的标准,受罚力度会很大,大众排放门和丰田刹车门就是前车之鉴。此外,还有不确定的政治因素。

另外还有一条消息值得关注:2017年,美国汽车市场年销量突破1725万辆,但同比下跌1.8%,连续7年增长被终结。也许,中国自主品牌车企将为美国汽车市场带来新的增长点吧。 白诚

大众中国年销量突破400万

大众汽车集团(中国)近日公布了2017年全年销量:大众汽车集团(中国)及两家合资企业——上汽大众和一汽-大众全年创纪录地向中国内地及香港地区客户共交付汽车418万辆,同比增长5.1%,其中进口车型交付量为189000辆。

大众汽车品牌继续成为中国乘用车市场消费者的购车首选,2017年共交付约318万辆,同比增长5.9%,创历史新高。而12月也成为了品牌历史上成绩最好的一个月,交付了超过342100辆汽车。此外,SUV销量持续增长,凭借337000辆的交付量,实现了41.8%的增长。

2017年,奥迪品牌全年汽车交付量增长1.1%至597900辆。凭借这一创纪录的销量佳绩,奥迪品牌继续保持在中国豪华车细分市场的领军地位。斯柯达汽车去年在中国市场共交付汽车325000辆,同比增长2.5%,其中12月交付汽车42400辆,创史上最佳销量,同比增长41.8%。在高端品牌方面,2017年保时捷在中国市场共交付汽车71500辆,同比增长9.6%。 江美



荣威豪华七座SUV定名RX8

上汽乘用车官方周一宣布,荣威品牌全新大型豪华七座SUV正式命名“荣威RX8”,新车基于上汽新一代IS(智能化SUV)平台打造。作为荣威RX家族的旗舰,RX8沿用了荣威品牌“律动设计”语言,车头体量饱满,发动机舱盖线条遒劲有力;前脸采用格栅和灯一体式设计,给人以强烈的横向贯通感,富有冲击力。 捷升