# 汽车周刊

东风柳汽新基地投产 轿车首下线 B10
沃尔沃 Sensus 构建未来智能汽车生态 B11
至真品质 新桑塔纳销量突破34万 B11

本报事业发展部主编 | 总第547期 | 2014年7月16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

# 上半年车市：平稳行驶在慢车道

中汽协6月份及上半年汽车产销数据显示，6月份汽车生产185.56万辆，环比下降6.08%，同比增长10.83%；销售184.58万辆，环比下降3.42%，同比增长5.23%。上半年汽车生产1178.34万辆，同比增长9.60%；销售1168.35万辆，同比增长8.36%。国家统计局和中汽协的汽车行业景气监测结果认为，二季度汽车行业景气指数较上季度略升，预警指数向“绿灯区”下边界线附近运行。总体看，汽车需求平稳，增幅有所放缓，车市在正常区域内运行。

## SUV火爆 MPV抢眼

乘用车6月份生产159.90万辆，环比下降3.06%，同比增长17.35%；销售156.41万辆，环比下降1.65%，同比增长11.45%。乘用车主要品种销售环比，SUV略有增长，其他三大类品种呈一定下降，其中微客降幅明显；除微客外，其他三大类品种同比继续保持增长。

乘用车上半年产销970.85万辆和963.38万辆，同比分别增长12.05%和11.18%。其中轿车销售615.16万辆，同比增长5.31%；MPV销售88.22万辆，同比增长55.44%；SUV销售182.34万辆，同比增长37.12%；微客销售77.66万辆，同比下降16.18%。

乘用车销售6月份十强企业共销售乘用车96.62万辆，市场份额为61.77%。上半年乘用车累计销售十强为上海大众、一汽大众、上海通用、上汽通用五菱、北京现代、重庆长安、东风日产、长安福特、神龙和东风悦达起亚，共销售乘用车607.77万辆，占乘用车销售总量的63.09%。

## 客车略降 货车显跌

上半年商用车累计产销207.49万辆和204.97万辆，同比下降0.59%和3.18%。客车产销27.40万辆和27.90万辆，同比增长2.49%和4.31%。货车产销180.09万辆和177.07万辆，同比下降1.04%和4.27%。

上半年商用车累计销售十强企业为北汽福田、东风公司、江淮、一汽、金杯股份、江铃、上汽通用五菱、重汽、重庆长安和长城，共销售商用车147.26万辆，占商用车销售总量的71.84%。

## 自主不佳 下滑不止

中国自主品牌乘用车6月份销售56.67万辆，环比微降2.41%，同比增长7.60%。其销量占乘用车销售总量的36.23%，占有率环比下降0.28%，同比下降1.30%。其中自主品牌轿车市场的持续低迷，占有率为2009年以来月度新低。当月销售20.79万辆，环比下降4.03%，同比下降10.51%；其销量占轿车销售总量的20.91%，比上月下降0.57个百分点，同比下降3.62个百分点。

自主品牌乘用车上半年累计销售363.03万辆，同比增长1.78%；其销量占乘用车销售总量的37.68%，同比下降3.48个百分点。其中自主品牌轿车销售136.82万辆，同比下降15.30%；其销量占轿车销售总量的22.24%，同比下降5.41个百分点。

## 德系领先 大众独大

凭借南北两个大众以及奔驰、宝马的销售业绩，德系车的销量和市场份额，在国产外资品牌市场，乃至中国汽车市场，均处领先优势。

6月份德系品牌乘用车销售32.28万辆，占乘用车销售总量的两成以上；其中轿车销售27.18万辆，占轿车销售总量的近三成。上半年德系乘用车销售205.74万辆，占乘用车销售总量的21.36%；其中轿车销售175.12万辆，占轿车销售总量的28.74%。

大众品牌车既是德系车的最大赢家、也是国产外资品牌市场的最大赢家，还是我国乘用车市场的最大赢家。朗逸、桑塔纳、速腾、捷达和帕萨特5个大众品牌车型，上半年销售83.58万辆，占轿车销售十强销量的52.72%。

## 日系轿车逆势上扬

丰田、日产、本田和马自达等日系乘用车销售增幅略低，轿车增长突出，集体上演销量冲高大戏。6月份销售27.01万辆，较上月高出1.79万辆，同比增长16.98%；市场份额17.27%，环比高1.41个百分点，同比高0.81个百分点；在其他国产外资品牌轿车市场下挫之下，日系轿车市场逆势上扬，销量18.92万辆，环比增长11.23%，同比增长8.61%。

上半年国产日系乘用车累计销售147.28万辆，同比增长14.97%；市场份额15.29%，较前5个月提升0.39个百分点，同比增加0.51个百分点；其中轿车累计销售102.16万辆，同比增长4.30个百分点。

## 新能源车利好促增

受一系列利好政策影响，新能源汽车业绩显著，上半年生产20692辆、销售20477辆，同比分别增长2.3倍和2.2倍，半年产销量已超过上年全年。其中纯电动汽车产销12185辆、11777辆，插电式混合动力汽车产销8507辆、8700辆。

## 经效指标平稳增长

国家统计局数据显示：汽车制造业1–5月主营业务收入26338.2亿元，同比增长15.2%；利润总额2145.8亿元，同比增长29.6%，其中主营活动利润2016.7亿元，同比增长27.4%。在41个工业大类行业中出类拔萃，汽车制造业利润增速加快，名列第2。

## 十强市场 占近九成

汽车工业销售十强生产企业（集团）6月份合计销售汽车165.64万辆，占汽车销售总量的89.74%，环比提升0.46个百分点。

上半年累计销量十强生产企业（集团），其排名与销量依次为：上汽284.19万辆、东风192.10万辆、一汽152.95万辆、长安132.31万辆、北汽118.16万辆、广汽50.36万辆、华晨39.12万辆、长城34.74万辆、江淮25.19万辆、奇瑞21.57万辆。十强销售合计1050.69万辆，同比增长10.70%；其销量占汽车销售总量的89.93%，同比高1.69个百分点。 特约撰稿 **张伯顺**

Mazda CX-7国产下线 预售价19.98万元起

# 一汽马自达携“操控王”出击SUV市场

日前，一汽马自达首款国产SUV Mazda CX-7在长春一汽轿车工厂下线。该车型定位为运动型高性能SUV，动力性、转向精准性、制动稳定性与通过性均超越同级车型，堪称“SUV操控王”，其轴距更达到2750mm，是一款兼具操控乐趣与空间享受的中型SUV。目前该车型已开始在全国各一汽马自达4S店接受预定，2.5L、2.3T两种排量、五款车型预售价格为19.98万-27.58万元，预计于7月底全国上市。

据一汽马自达汽车销售有限公司副总经理田青久介绍，“SUV操控王”Mazda CX-7的引入，标志着一汽马自达正式进军目前急速增长的SUV市场，同时产品线也实现了轿车、MPV及SUV的“全领域”覆盖。

## 造型魅动的“SUV操控王”

从第一眼看Mazda CX-7就是魅动十足的，像一只展翅翱翔的雄鹰，体现出一种野性的力量美。驾驶着CX-7行驶在路上，会吸引众多路人的注目，这是因为CX-7有着特别的跑车化外形设计。夹角65.5度的前风挡玻璃使得CX-7的风阻系数低至0.34，不仅提升了操控性能，而且有效降低了油耗。

CX-7的另一大亮点是具有非常卓越的操控性，可谓“SUV操控王”。以2.3T四驱为例，源自MPS的2.3T发动机动力澎湃，曾连续三年获得沃德十佳发动机，在适时四驱系统的完美配合下，令CX-7加速性能表现优异。此外，CX-7的底盘是专用SUV底盘，因此具有更好的稳定性。而CX-7的高刚性车身更为其带来了比一般SUV更精准的弯道性能。

不仅如此，CX-7还拥有带给车主使用方便、灵活百变的机构与配置，超大舒适空间能够轻松容纳4位成年乘客。

## 紧凑型定价彰显入市野心

作为一款典型的中型SUV，CX-7的预售价格定为19.98万-27.58万元，这与紧凑型SUV价格相当。这一预售价格区间的制定其实体现了一汽马自达“精明”的市场图谋。

相比中型SUV，CX-7在动感跑车化造型、优秀的操控性以及舒适性方面有非常突出的个性价值，在保证中型SUV高性能高品质的情况下，凭借紧凑型SUV的价格，展现出“性价比之王”的优势，这样，CX-7就完全可以领跑中型SUV市场。

而对比紧凑型SUV，CX-7在车型尺寸、车内空间上体现出“大一号”的突出优势，在动力上更展现出“强一级”的强大气势，配置及安全性方面则有着“高一档”的绝对霸气，彰显了一汽马自达对于紧凑型SUV市场的野心。

不难看出，一汽马自达在制定CX-7的定价过程中的运筹帷幄，以及对市场拿捏得恰到好处的精明，这其中，既有要立足中型市场的决心，又有向紧凑型要市场的野心，实为一招妙棋。可以预见，有着这一市场定价策略的支持，无疑将会是CX-7销量的有力保障。