

元月车市开局微增微跌同显

新年1月，我国汽车生产236.9万辆，环同比下降22.67%、3.9%；销售251.9万辆，环比下降17.6%，同比微增0.2%。经销商1月期末库存预警指数61.5%，较去年末上升18.6个百分点。1.6升及以下车市微增、重卡延续旺销态势、出口两位数增长、十强销量份额双增、乘用车增速微降、中国品牌比重微跌、新能源车产销遇冷等，构成新年车市开局七个新特点。

新春车市如此开局，有春节长假的因素，有车购税退坡的政策性因素，有上年末狂销带来的透支效应。对这样的开局，业界是有所预期的，因而，只有结合1、2两个月数据综合分析，才能比较客观而真实研判车市形势，也符合市场变化规律。

● 小排量车市微增

1月，1.6升及以下乘用车市场增速下降，销售158.8万辆，仅微增1.3%；其销量占乘用车总销量的比

重仍在七成(71.6%)，同比提增1.7个百分点。市场检验表明1.6升及以下小排量车是适合我国的国情车、国民车，竞争力强，受众面广。

● 重卡延续旺销态势

1月，商用车市场保持增长，生产29.7万辆，同比微降1.6%；销售30.1万辆，同比增长11.3%。客车市场依旧低迷，销售3万辆，下降35.0%。货车销售27.2万辆，增长20.7%，其中重卡延续旺销，成为1月车市亮点，销售8.3万辆，同比增长125.1%；重卡中半挂牵引车更火爆，销售5.6万辆，同比增长221.7%。

● 汽车出口两位数涨

海关总署数据显示，1月汽车(含底盘)出口7万辆，同比增长67.1%；出口值67.46亿元人民币(下同)，增长67.9%，继上月，实现整车出口数量和出口金额第3次双增长，且首次实现两位数增长。

中汽协的车企1月份报交数显

示，整车出口5.8万辆，同比增长31.0%。其中乘用车4.3万辆，同比增长53.5%；商用车1.6万辆，同比下降6.6%。

● 十强销量份额双增

上汽、东风、一汽、长安、北汽、广汽、吉利、长城、华晨和江淮等十强企业(集团)，1月合计销量和市场份额均为双增长。十强销量227万辆，同比增长1.3%，高出行业平均增速1个百分点；十强市场份额九成，同比也提增1个百分点。其中吉利和广汽乘用车两家中国品牌车企，1月分别销售10.3万辆、4.63万辆，同比分别大涨70.8%和37.2%。

● 行业营收利润同增

去年汽车制造业主营业务收入80185.8亿元，同比增长14.1%；实现利润总额6677.4亿元，同比增长10.8%。上汽等17家重点企业(集团)绩效稳步增长，去年实现主营业务收入36406.30亿元，占全行业营收

的45.4%；营收同比增长15.7%，高出全国行业平均数1.6个百分点。实现利润3653.35亿元，占全行业利润的54.7%；利润增速5.7%，低于行业平均增幅5.1个百分点。

● 乘用车增速微降

1月，乘用车产销207.2万辆、221.8万辆，产销同比增速双双微降，分别下降4.2%和1.1%，增速低于汽车(总体)0.3和1.3个百分点。四大类车型销售，SUV为88.1万辆，增长10.5%，但增速放缓；轿车为108.0万辆，微降3.0%；MPV和微客低迷，分别为20.6万辆和5.1万辆，下降21.1%、28.4%。

● 中国品牌比重微跌

1月，中国品牌乘用车销售97.7万辆，环比大降21.9%，同比下挫4.4%；市占率44%，同比下滑1.5个百分点。其中SUV销售54.3万辆，增长15.2%，市占率61.7%，同比高出2.5个百分点；MPV销售18.1万辆，下降

26%，市占率88%，也下降了5.8个百分点；轿车销售20.1万辆，下降13.9%，市占率18.6%，微降2.4个百分点。

以大众为代表的德系车一直占据着市场强势地位，1月销售48.54万辆，环同比增长28.2%、8.4%，而其他外系品牌及其份额均有所下降。南北两大众各销售20万辆上下，雄踞乘用车企冠军亚军。

● 新能源车产销遇冷

新能源汽车开局不红，产销遇冷，大幅下滑。1月产销6889辆、5682辆，同比下降69.1%、74.4%。其中纯电动汽车销售4978辆，下降67.8%；插电式混合动力车售704辆，下降89.5%。新能源乘用车销售下降66.2%，新能源商用车销售下降更甚，客车下降97.3%、货车下降74.8%。

1月新能源车显著下滑，主因有三：一是在售车型需推倒重审进入新目录，而新目录迟至1月下旬才出台，且车型数量较少；二是中央补贴有20%退坡，且规定地方补贴上限不得超过中央补贴额的50%；三是京沪广深等限购城市争购虽热但额度有限。

张伯顺



名爵ZS网络预售遭“扫货”

2月14日，上汽乘用车在上海文化广场举办原创音乐直播秀，用“互联网SUV”名爵ZS的正式预售，以及顶配版车型ZS战神版11.98万元的诚意预售价格，表白年轻群体。

这场大型“表白活动”，由千名观众亲身见证，数位上港队足球明星现场助阵，共收获1890万点赞和1.3万条评论。335万人当天观看直播，相关关键词在天猫上的浏览量达到42万。预售首日，通过网络发售的636台名爵ZS被抢订一空。

作为上汽名爵的全新战略车型，名爵ZS集成全球资源和先进研发成果，搭载上汽集团与阿里巴巴合作开发的智能互联系统，可实现远程控制、语音控制等功能，并通过线上服务为消费者提供汽车生活新场景。名爵ZS具备了对同级产品的超越性优势和高品质，搭载缸内中置直喷涡轮增压16T发动机，最大功率125马力，峰值扭矩170牛米，百公里油耗却低至5.9L。

余音

全新帕萨特2017款上市

近日，上汽大众全新帕萨特2017年款上市，新车共推7种车型，售价区间为18.99万-30.39万元。2017年款新增了280TSI DSG尊雅版、330TSI DSG领尊版、380TSI DSG旗舰版车型，全系车型在造型、动力、科技等方面配置均有升级。

全新帕萨特2017年款新增车门把手镀铬，新车轮毂造型也增至5种，自330TSI DSG领尊版起都可适配18英寸铝合金轮毂。一键启动系统、晶棱立体式LED尾灯、NVH静音座舱等均全系配备，同时自领尊版车型起均配有晶钻双翼全LED大灯。280TSI尊雅版车型升级为DSG版。

新增的330TSI DSG领尊版相对于同价位车型配置优势明显，人性化、舒适性方面的配置十分丰富。



首搭GVC 新昂克赛拉上市



2月14日，长安马自达新昂克赛拉在南京正式上市。新车凭借“魂动”设计、时尚内饰、“人马一体”的操控体验和全方位的人性化科技革新，再添更鲜明的“摩登范儿”和创新内涵。此次共推出12款车型，其中三厢车型7款，两厢车型5款，分别搭载1.5L、2.0L两套“创驰蓝天”高压压缩比发动机动力组合，价格区间为11.29万-16.29万元。

新车最大的亮点，在于全系标配了马自达全球首创的GVC加速度矢量控制技术，其主要功用在于允许电脑凭借水平方向加速

度判断车辆的行驶状态，根据需求适当降低发动机的动力输出，以实现更加顺滑平稳的转向过程，进一步提升车辆的安全性。

新车沿用了海外版车型的外观设计，前脸采用了面积更大的盾型进气格栅，搭配上LED光源的大灯，使整车前脸更加富有运动气息。新车尾灯组也采用了LED光源。

新车继续搭载1.5L、2.0L发动机，最大功率分别为117马力和158马力，峰值扭矩分别为148牛米和202牛米，与之匹配的是6速手动和6速手自一体变速箱。

姚琼

全新景逸S50携“三高”入市

2月18日，全新景逸S50在京正式上市，新车是为80、90后消费者打造的新生代中级车，具有高颜值、高品质、高科技的特点，开启了东风风行2.0均衡时代。此次上市1.5L、1.6L、2.0L三种排量共计七款车型，售价区间为6.59万-10.29万元，并享受8年或16万公里的超长质保。

新车长宽高为4700x1790x1526mm，轴距为2700mm，均超越同级。车内搭载

了大量的高科技配置。

动力方面，新车搭载了1.5L+5MT、1.6L+CVT、2.0L+6MT三套动力总成。其中，1.5L发动机的最大功率为88KW，最大扭矩143牛米；1.6L发动机的最大功率为90KW，最大扭矩151牛米；2.0L发动机的最大功率为108KW，最大扭矩为200牛米。另据了解，全新景逸S50的纯电动版本或将在10月推向市场。

姚琼



2月17日，一汽-大众奥迪在北京举办了2017奥迪品牌新闻年会，公布了2016年的销售数据。通过改款A6L、全新换代A4L和A4allroad等一系列新车的推出，加上现有车型的持续发力，以及品牌态度年轻化、活力化的极大推进，奥迪品牌全年销量同比增长3.7%，以58.91万辆的成绩再次刷新了中国豪华车市场销量纪录，继续领跑国内豪华车市场。

与此同时，一汽-大众奥迪表示，今年将推出多款个性化、年轻化车型，如2016年上市的全新奥迪A4L将在今年推出1.4 TFSI版本、首款搭载奥迪OLED照明技术的全新奥迪TT RS，另外，奥迪A5将全新换代。未来几年，一汽-大众奥迪还将国产或引进一系列惊艳的车型，例如，奥迪Q2、奥迪Q8、全新一代奥迪A8等。

此外，中德双方将大力开展在新能源、移动出行、智能互联等未来汽车工业核心领域的战略合作，为中国消费者提供全面的交通出行解决方案。目前，奥迪正在向发展为可持续的高端移动出行服务商努力。

在新能源方面，一汽-大众奥迪即将拥有三款奥迪e-tron量产车型，加上计划中的5款国产新能源车型的密集投放，将形成规模化优势。由中德研发、专为中国市场打造的奥迪A6L e-tron标志着一汽-大众在新能源车型研发方面迈进了一大步，未来还将继续推进新能源车核心技术能力建设。长春生产基地已具备较为完善的电动车生产能力。

值得注意的是，发布会上，一汽-大众汽车有限公司董事、总经理张丕杰提出了“后合资时代”概念，表示要以更深入的合作和更强的核心竞争力参与到国际汽车产业格局中，并将研发资金提升至45亿元。目前，一汽-大众已拥有五大基地布局，其中用于奥迪品牌的产能可达100万辆；研发能力将逐渐升级为从零部件、到整车、再到全车系的完整研发体系。在产品品质提升方面，一汽-大众力求质量标准、体系保障和质量管控超越国际水平，并对供应商设置“0缺陷”的高门槛。

姚琼

布局未来
一汽奥迪意欲稳称霸