

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第 753 期 | 2018 年 10 月 17 日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

“金九”车市未显金色秋意浓

本该是“金九”的 9 月车市未显“金”色,秋凉寒意来袭。“寒意”表现在四方面:一是汽车产销 235.6 万辆,239.4 万辆,销量环比虽增 13.8%,但同比下跌 11.6%,较上月加深 7.8 个百分点;二是前 9 月汽车累计产销均达 2049.1 万辆,同比仅微增 1.5%,较前 8 月回落 2 个百分点,为年内累计增速最低,也低于年初预期(3%);三是乘用车和商用两大类车型双双下挫,乘用车连续 3 月下跌,商用车首现明降;四是经销商库存预警指数升至 58.9%,远高于警戒线(50%)之上,市场压力明显陡增。

新能源车持续走强

9 月,新能源汽车销售 12.1 万辆,环比同比增长 19.8%、54.8%。其中乘用车 10.7 万辆,环比同比增长 18.5%、74.3%;商用车 1.5 万辆,环比增长 29.9%、同比下降 15%。1-9 月,新能源车累计销售 72.1 万辆,同比增长 81.1%。其中乘用车 62.8 万辆,

增长 93.4%。插电混动表现亮眼,9 月销量 2.7 万辆,同比增长 90%;前 9 月销量 18.1 万辆,同比增长 146.9%。有专家指出,随着主打混动车的国际主流车企纷纷进入中国市场,未来混动车型占比或将进一步提升。不过新能源车在汽车销售总量中占比很小,9 月为 5.1%,1-9 月为 3.5%。

乘用车三个月连跌

9 月,乘用车销售 206 万辆,环比增长 15.1%、同比下降 12%,已三个月连续负增长。其中轿车 100.6 万辆,SUV/87.3 万辆,MPV/14.7 万辆,微客 3.5 万辆。1-9 月,乘用车累计销售 1726 万辆,同比跌破 1%,微增 0.6%,也是连续三个月下降,较前 8 月减缓 2 个百分点。其中轿车 842.6 万辆,微增 1.3%;SUV/723.5 万辆,低增 3.9%;MPV/126.1 万辆,下降 13.6 %;微客

33.7 万辆,下跌 19.3%。**商用车下降明显**

9 月,商用车销售 33.4 万辆,环比增长 6.4%、同比下降 8.4%。其中客货车各有增长,货车销 29.2 万辆,环比增长 6.4%,同比下降 7.9%;客车售 4.1 万辆,环比增长 6.2%,同比下降 12%。

1-9 月,商用车累计销售 323.1 万辆,同比增长 6.3%。客车 33.3 万辆,下跌 3.8%。其中大客 5.1 万辆,增长 5.3%;中客 4.7 万辆,下跌 2.9%;轻客 23.5 万辆,下跌 5.7%;货车 289.8 万辆,增长 7.6%。其中重型车 89.6 万辆,增长 2.4%,中型车 13.8 万辆,下跌 13.6%,轻型车增长 13.3%。

中国品牌半壁江山

前 9 月,中国品牌汽车(含商用车)销量 1034 万辆,居于汽车总销量的“半壁江山”(50.5%)。其中上汽等十大集团销量 840.8 万辆,占中国品

牌汽车销售总量的 81.3%。销量增速同比,吉利和奇瑞居前,上汽和广汽略低,其他 6 家均呈下降趋势。

9 月,中国品牌乘用车销售 80.6 万辆,同比下降 16.5%;市占率 39.1%,同比下降 2.1 个百分点。其中轿车 19.5 万辆,SUV/46.9 万辆、MPV/10.7 万辆。1-9 月,中国品牌乘用车累计销售 724.2 万辆,同比下降 1.5%,市占率 42%,同比下降 0.9 个百分点。其中轿车销量和市占率维持双增,销售 171.7 万辆,增长 7.9%,市占率 20.4%,同比提升 1.3 个百分点;SUV 销售 422.4 万辆,微增 2.2%,市占率 58.4%,市占率下挫 1 个百分点;MPV/96.4 万辆,下跌 20.5%,市占率 76.4%,下降 7.1 个百分点。

汽车出口保持增长

海关总署数据显示:9 月汽车(含底盘)出口 10.9 万辆,金额 12.57 亿美元;1-9 月出口 87 万辆,增长 21.3%,出口额 114.68 亿美元,增长

22.3%。中汽协的车企汽车出口 9 月报交数为 8.4 万辆,环比下降 5.6%、同比微增 1.1%。其中乘用车 5.8 万辆,环同比分别下降 11.3%和 5.6%;商用车 2.6 万辆,环同比分别增长 10%和 19.6%。1-9 月,累计报交 81.4 万辆,同比增长 30.9%。其中乘用车 60.1 万辆,增长 38.2%;商用车 21.3 万辆,增长 13.8%。

十强集团增速略高

9 月,上汽、东风、一汽、北汽、广汽、长安、吉利、长城、华晨和奇瑞十强企业(集团)销售汽车 216.1 万辆,市占率 90.3%。与上月比,吉利略降,其他不同程度增长,其中长城和长安尤为明显。1-9 月,销量排名十强企业(集团)上汽、东风、一汽、北汽、长安、广汽、吉利、长城、华晨和奇瑞等销售汽车 1824.7 万辆,同比增长 2.0%,高于行业 0.5 个百分点;十强车企(集团)市场占有率 89.1%,同比提高 0.4 个百分点。销售同比,长安下跌明显,东风和长城小幅下跌;其他车企有程度不一的增长,其中吉利汽车依然最快。张伯顺

奇瑞“再次辉煌”时代来了吗

10 月 10 日,奇瑞艾瑞泽 GX、EX 双子星上市发布会上,奇瑞汽车董事长尹同跃非常兴奋地表示,“这两款拳头产品在今天上市后能够给大家带来最美好的全新客户体验,以及良好的市场表现,奇瑞再次辉煌的时代已经来临。”

尚且看不出来这两款新车会带来怎样的市场影响,也无法理解如何据此能判断出所谓的辉煌时代已经来临,但尹同跃有自己的另一番解读。据他展示,今年 9 月,奇瑞汽车销量达 66736 辆,同比增长 28.1%,已是连续七个月实

现了快速增长;而今年前三季度,在国内汽车市场整体增长放缓的前提下,奇瑞集团累计销量实现了 528811 辆,同比增长了 15.4%。

如此看来,在车市遇冷大势影响下,奇瑞今年的市场表现确实可圈可点。如果细细翻看奇瑞的销量,也很容易发现另一个问题,那就是奇瑞没有一款爆款,也没有一款真正的拳头产品,艾瑞泽 5、瑞虎 8 都月销量均未过万。与自主品

牌吉利、长城相比,差距有点明显。

再者,艾瑞泽 GX、EX 被认为是拳头产品,首次应用了 AI 人工智能技术,其价格最高也只是 11.39 万元。这并不是说售价低不好,而是在竞争对手们依靠智能化给产品升级的同时,也提升了自身的品牌价值和溢价能力,但在奇瑞身上,成效并不明显,尤其是它自称是技术派,并已经在产品力创新、智能化转型、品牌年轻化等做

出了努力的前提下。如何提升品牌形象和含金量,对于奇瑞来说,任重而道远。

除产品外,奇瑞内部的人事调整影响会有几何,目前不得而知。在销售整体下跌的大环境下,奇瑞能否继续保持稳步增长态势,也还是未知数。如果当下已经是再次辉煌的时代,那不妨大胆推测一下:这也许是奇瑞闭眼一跳,与九年前

的自己无缝对接了。白诚

新款奔驰长轴 C 级在京下线年内投产

近日,新一代梅赛德斯-奔驰长轴距 C 级车在北京奔驰正式下线。作为第五代长轴距 C 级车的中期改款车型,新一代长轴距 C 级车不仅在外观设计、内饰配置等方面进行全方位升级,更搭载了全新动力系统,拉开了北京奔驰年内新车型投产的序幕。

新一代长轴距 C 级车采用全新运动型闪钻格栅和“C”字形尾灯设计,并升级配备几何多光束 LED 大灯。内饰方面,全新 64 色氛围灯、全液晶仪表盘、10.25 英寸超大多媒体显示屏以及配



备全新触控板的智能控制系统悉数登场。此外,驾驶辅助组件增强版和主动式制动辅助系统等功能

也进行了升级。新一代长轴距 C 级车配备全新奔驰四缸涡轮增压发动机。得益

于双涡轮增压增压、48V 电力系统、CAMTRONIC 可变气门升程系统等多项先进技术的应用,该款发动机可全面提高效率、降低油耗,在满足严苛排放标准的同时,亦为用户带来“六缸动力+四缸油耗”的高性能体验。新一代长轴距 C 级车所搭载的全新发动机的细分机型将多达 20 余款,并有望陆续应用于其他后驱车产品。

新 C 级车涉及近 50%零件的全新设计或升级,以及总装 130 多个变化工位,全部来自于消费者的多元化需求。阿晖

捷豹 F-PACE 焕新再升级

新英伦豪华高性能轿跑 SUV 捷豹 F-PACE 自推出以来,便以独到设计风格、优异性能表现及出众实用性,备受瞩目。近日,新款 F-PACE 携多项配置升级而来,分别搭载两款不同发动机的四款车型可供选择,售价 48.98 万-80.88 万元。

新款捷豹 F-PACE 配备的 Ingenium 2.0 升四缸发动机,提供 250 马力和 300 马力两种动力调校版本。此外,新款 F-PACE S 高性能版车型更搭载了 V6 机械增压汽油发动机,其最大输出功率可达 380 马力,最大扭矩可达 450 牛米,从 0 加速至 100 公里/小时仅需 5.5 秒。

新车升级了全系配置,全系标配的 Nanoe 离子空气净化系统、隐私玻璃及全新升级的捷豹振动噪声技术,进一步打造出私密舒适的乘坐空间。江美



九月汽车投诉量同比上涨逾三成

据国内领先的缺陷汽车产品信息收集平台车质网统计,9 月车质网共接到车主有效投诉 5958 宗,较 8 月份微降 4%,同比则上涨 33.5%,今年 1-9 月的投诉量已超越去年全年的总投诉量。数据显示,9 月车质网接到的有效投诉信息共涉及 571 款车型,投诉达两位数(含)以上的车型 119 款。

9 月,国内汽车投诉同比呈现出较强的上涨态势,但涨幅有所下降,其中自主品牌降幅最大,环比下降 7.5%,占比减少 2 个百分点。合资品牌投诉量环比微降,占比提高 2 个百分点,而进口品牌投诉量环比微增,占比保持不变。

9 月,紧凑型车和 SUV 投诉量双双保持在 2000 宗之上;此外,小型车、中大型车的投诉量环比也出现了不同程度的增长。

值得关注的是,受轮胎召回事件持续发酵影响,东风标致 408 投诉量环比大涨 88.1%。神龙汽车的另一个品牌东风雪铁龙 C4L,“烧机油”问题再次成为其典型投诉问题。广汽丰田凯美瑞 9 月投诉量依旧保持在高位,且再次出现了新的典型投诉问题,同样集中在 2018 款车型当中。此外,海马 S5 投诉量出现异常波动,投诉量较 8 月份增长 1.3 倍,且其中有 3 宗投诉出现在上市不足 3 个月的 2019 款车型上。

数据显示,9 月投诉主要分为质量问题、服务问题及综合问题三大类,9 月份单纯质量问题投诉依旧最多,投诉量与上月基本持平,占比则提高了 2 个百分点;其中车身附件及电器问题投诉量依旧最多,但较 8 月份出现了一定程度的下降。服务问题的投诉量同样较 8 月份有所增长,环比上涨 5.1%;其中“其他原因”的投诉量出现明显上涨,环比上涨 29.2%,主要体现在东风标致 408“召回方案不合理”问题中。综合问题的投诉量则较上月出现大幅下降。

另外,9 月份共有 1308 宗投诉因厂家解决得当,投诉人自愿申请撤诉,较上月减少了 291 宗。李永钧