

# 11月中国车市：秋寒进入冬冷

11月，我国汽车生产249.8万辆，同比大降18.9%；销售254.8万辆，同比大降13.9%。这是自7月以来连续5个月负增长，其中近三个月两位数加深下滑。1-11月，汽车累计产销2532.5万辆、2542.0万辆，较分别下降2.6和1.7个百分点，较前10月加深下滑1.6个百分点。经销商11月末库存预警指数75.1%，实属罕见，创下新高。

中汽协认为，现今车市“秋寒冬冷”原因有三：一是优惠政策刺激造成透支消费；二是上年同期已攀高至300万辆左右的高基数；三是产业转型升级致一些从业人员转业换岗的“阵痛”，消费信心减弱。

## 新能源车增长稳

在寒冷车市中，唯新能源车逆势上扬，“年底拼的不是价格，而是有没有车”。京城新能源车商如是表达喜中之无奈。

11月，新能源车销售16.9万辆，环比增长22.5%、37.6%。其中纯电动13.8万辆，同比增长30.3%；插

电混动3.1万辆，增长82.5%。前11个月累计销售103万辆，同比增长68%。其中纯电动79.1万辆，增长55.7%；插电混动23.9万辆，增长127.6%。新能源车稳定增长，提前一个月完成年度预期目标。新能源车销量比例，纯电动乘用车为63%、插电混动乘用车23%，纯电动商用车13%、插电混动商用车1%。

## 乘用车跌幅扩大

乘用车11月销售217.3万辆，环比增长6.2%，同比下滑16.1%，下滑态势持续。三个大车型下降同比均为两位数：轿车107.6万辆，同比下挫11.9%；SUV/90.9万辆，下滑18.1%；MPV/15万辆，下跌30.8%。自5月起，乘用车月度销量累计增速，持续减缓直至负增长，从上半年的+4.6%、三季度+0.6%，前10月的-1.0%，到前11月销售2147.8万辆，下滑2.8%。

乘用车三个大车型累计销量均跌入负增长泥潭，轿车1049.9万辆，下降1.4%；SUV/901.5万辆，下挫

0.8%；MPV/155.9万辆，大跌16.1%。

## 商用车返低增长

商用车11月销售37.4万辆，环比增长12.3%、1.7%。货车销32.6万辆，同比增长4.1%，其中重货8.9万辆，同比增长5.3%。客车售4.8万辆，同比下降12%，其中大客0.9万辆，下降29.1%。1-11月，商用车累计销售394.1万辆，同比增长5%。客车销售41.9万辆，下降7%。货车销售352.2万辆，增长6.6%。

## 中国品牌份额减

中国品牌乘用车11月销售91万辆，同比下降23.3%，市占率41.9%，同比减少3.9个百分点。1-11月，中国品牌乘用车累计销售900.2万辆，下降6%；市占率41.9%，同比减少1.5个百分点。其中轿车216.2万辆，下降4.8%，市占率20.6%，提升1.2个百分点；SUV/524.5万辆，下降4.2%，市占率58.2%，减少2个百分点；MPV/118.9万辆，下降23.2%，市占率76.3%，减少7.1个百分点。

前11月，包含商用车在内的中国品牌汽车累计销量1270.2万辆，上汽、吉利、长安、东风、北汽、长城、奇瑞、一汽、广汽和比亚迪等十大集团销量1042.4万辆，占中国品牌汽车销售总量的八成。增长和下降集团对半开，吉利、奇瑞、比亚迪、上汽和广汽增长。

## 小排量降份额减

11月，1.6升及以下小排量乘用车销售149.2万辆，环比增长8.1%、同比下降17.2%，占乘用车销售总量的68.6%，比上年同期微降0.9个百分点。1-11月，1.6升及以下小排量乘用车销售1434.5万辆，同比下降5.3%，占乘用车销售总量66.8%，同比减少1.7个百分点。其中十强轿车销售299.9万辆，同比减少12.6万辆；市占率28.6%，减少0.8个百分点。

## 出口降幅在扩大

在全球经济复苏放缓和贸易摩擦不确定性影响下，出口下行压力

加大。海关总署数据显示：汽车（含底盘）10月出口8.5万辆，环同比下滑14.1%、22.7%。前11月累计出口105.5万辆，增幅减缓，仅13.7%。

中汽协车企出口成交量同比降幅扩大。11月出口7.7万辆，同比下降12.5%。其中乘用车5.1万辆，下降23.8%；商用车2.6万辆，下降23.6%。1-11月累计出口96.1万辆，同比增长20.6%。其中乘用车70.1万辆，增长24.3%；商用车26万辆，增长11.8%。

## 十强市占率九成

11月，汽车销量排名前十强企业（集团）依次为：上汽、东风、一汽、广汽、北汽、长安、吉利、长城、华晨和奇瑞，合计销量228.4万辆，市占率89.6%。1-11月，汽车销量累计排名前十强企业（集团）为上汽、东风、一汽、北汽、长安、广汽、吉利、长城、华晨和奇瑞，合计销售2268万辆，同比由前10月的微增（0.6%）跌至下降1%，但仍高于行业增速；市占率与前10月相同，为89.2%，同比提高0.6个百分点。与上年同期比，吉利和奇瑞增速较快，上汽、一汽、广汽和华晨增速略低，其他4家均下降。

张伯顺

沪籍牌照汽车11月上牌量42946辆，环比增长6.30%、同比下降16.47%。1-11月累计上牌458121辆，同比低增长3.07%。这是上海市信息中心汽车产业研究室日前发布的“11月上牌情况报告”披露的信息。

国产轿车11月上牌17336辆，环比增长2.19%、同比下降9.82%。其中豪华车2411辆、中高级车4224辆、中级车6021辆、普及型车4398辆、微轿282辆。1-11月累计上牌182361辆，

# 沪籍汽车11月上牌4.3万辆

同比增长8.57%，各类轿车均增长，豪华车24314辆、中高级车49064辆、中级车62686辆、普及型车44125辆、微轿2172辆。

国产小客车（除轿车）11月上牌18174辆，环比增长9.93%、同比下降17.35%。其中SUV/14194辆、MPV/3551辆、一般小客车429辆。1-11月

累计上牌186568辆，同比增长2.49%。其中SUV/147180辆、MPV/33708辆、一般小客车5680辆。

进口小客车（含轿车）11月上牌5015辆，环比增长7.43%、同比下降16.63%。其中德国车2547辆、日本车1364辆、美国车446辆、英国车354辆。1-11月，进口小客车累计上牌

57007辆，同比下降4.78%。其中德国车29545辆、日本车12787辆，美国车6481辆、英国车4491辆。

商用车11月上牌，大型客车598辆、小型货车653辆、大型货车1170辆；1-11月累计上牌，大型客车5583辆、小型货车10014辆、大型货车16588辆。 川页

## 全新一代唐演绎科技双旗舰魅力



作为比亚迪全面开启“造车新时代”的战略车型——全新一代唐，自上市以来销售业绩节节攀升，连续三个月实现单月销量破万，彰显出强大的市场势能，演绎了科技双旗舰的魅力。

一个“新”字魅力无穷 全新一代唐的魅力在于一个“新”字。

一是新平台：同一平台，全擎全动力平台覆盖燃油、双模、纯电三套动力系统；二是新设计：由国际设计大师沃尔夫冈·艾格领衔的设计团队，为全新一代唐构建了Dragon Face设计理念，带来颠覆想象的惊艳造型；三是新体验：SEA豪华底盘技术、图书馆级NVH静谧工程、剧院级音效等超一流配置打造豪华头等舱；四是新智联：首发搭载的DiLink系统集智能网联科技之大成，全面连接人-车-社会-生活；五是新安全：ADAS智能辅助系统和车辆稳定控制系统构成的智能主动安全体系、高刚性轻量化安全车身、无忧电池技

术全面保障驾乘者+行人双重安全；六是新智造：全方位严苛测试加上采用全球一流供应商，品质可靠。

多元化矩阵优势明显 DM（技术制胜+独领风骚）+燃油（降维打击+越级PK），价格带和产品取向价值感，具备多元化产品矩阵，竞争优势明显。

全新一代唐（燃油）：在坐拥非凡产品实力的同时，其12.99万-16.99万元的价格，以越级的价值感给予消费者更加理性的选择。2.0TI涡轮增压缸内直喷发动机+派沃泰的6AT手自一体变速器，动力组合的传动效率超过93%，堪称同级更高效、更稳健、更平顺的动力选择。

全新一代唐DM：得益于全面升级的第三代DM技术，不仅以百公里加速仅4.5秒的成绩，斩获30万级SUV性能标杆，也造就了更加环保、经济、平顺的绿色出行生活方式。同时，作为开创了30万级插混SUV市场的领军产品，其必将享受数年的市场

先行者红利。

从竞争策略层面来说，全新一代唐（燃油）可以上下兼得，让自主体系内的GS8、VV7、领克01等主流车型感到压力的同时，跨级打击博越等紧凑级SUV；凭借领先的新能源科技，全新一代唐DM除了能震慑WEY P8之外，它造成的冲击也会延伸到传统燃油车领域，抢夺合资高端品牌的目标消费人群。

比亚迪体系竞争力加持 作为比亚迪全面进入“造车新时代”的旗舰车型，全新一代唐上市即热销的背后，无疑是企业体系竞争力突破的最好例证。

造车新体系：面对消费升级浪潮，新设计、新科技、新产品、新体验，已经成为了比亚迪全面引领造车新时代的关键词。

渠道新体系：比亚迪渠道全面升级转型，推出全新形象4s店、城市体验中心及专营店，完善省市县各级渠道布局，以全面升级旗舰店为纽带打造一个全新的“线上+线下”全面融合的新零售渠道模式。

服务新体系：以互联网思维打造了全新的B2C2B售后服务产品销售模式，构建了移动端与PC端双联动的高效便捷服务流程，并主动识别顾客潜在需求，新增Wow Moment惊喜服务。



## 全新奥迪A7融汇领先科技

备受期待的全新奥迪A7 Sportback日前宣布上市。这款车定位为“智美新豪华C级轿跑车”共推出“动感型”与“竞技型”两款车型，价格为80.88万元和87.98万元。

领先的智能科技配置，是全新奥迪A7 Sportback的最大亮点，这款车的多项智能配置比肩奥迪A8L。智能科技的领先为全新奥迪A7 Sportback带来了性能操控方面的极大提升。同级唯一动态四轮转向系统、quattro智能四驱系统、以及升级换代的空气悬挂，为全新奥迪A7 Sportback带来更为敏捷舒适的驾乘品质。

其48V轻混动力系统节能表现突出，并引领细分市场技术迈向更智能、环保的发展方向。 林夏



## 小鹏首款车型G3正式启动交付

小鹏汽车旗下首款上市车型G3上周在广州上市。小鹏G3定位于互联网基因纯电SUV，综合补贴后全国统一售价为13.58万-16.58万元。

小鹏G3搭载自主研发的Xmart OS智能系统，不但为用户带来了更加便捷、友好、智能的交互感受，更通过强大的整车OTA升级服务和车载应用商城体系，为车辆赋予不断升级迭代的能力。

小鹏G3采用液冷恒温三元锂电池组，NEDC续航里程351/365KM。全系搭载第二代永磁同步电机，最大功率145kW，最大扭矩300Nm。为进一步满足提升驾控乐趣，小鹏G3的驾驶模式、制动能量回收、方向盘助力均有三种模式可选。

小鹏G3采用液冷恒温三元锂电池组，NEDC续航里程351/365KM。全系搭载第二代永磁同步电机，最大功率145kW，最大扭矩300Nm。为进一步满足提升驾控乐趣，小鹏G3的驾驶模式、制动能量回收、方向盘助力均有三种模式可选。 潇潮

# 宝马在华新能源业务表现突出

2018年前11个月，宝马集团在中国市场累计销售577058辆BMW和MINI汽车，同比增长6.4%；11月当月销售60990辆，同比增长10.3%，延续了下半年以来的良好增势。

尽管整体车市下行压力较大，BMW车型在各主要细分市场保持增长。新BMW 5系前11个月累计销量超过14.6万辆，同比增长29.4%。BMW 3系家族前11个月累计销量超过13.6万辆，同比增长4.3%。BMW X1连续四个月单月销量超过8000台，前11个月累计交付超87000辆。BMW 1系运动轿车在前11个月累计销售近40000辆，同比增长51.9%。全新BMW X3产能得到进一步释放，11月当月销量超过6000辆。刚刚迎来全新换代的BMW X5显示出强大的产品吸引力，今年内累计销售近40000辆。

宝马新能源业务在中国市场实现新的突破，前11个月累计销量超过20000辆，保持了高档新能源品牌的领先地位。前11个月，BMW M高性能车型在华销量同比增长16.3%。明年初，全新X7将登陆市场，启动BMW在大型豪华车领域全面发力的新一年。