

主流车企

年度销量

座次排定

本报记者 李莉

八成车企交出“百分”答卷

去年狭义乘用车(轿车、MPV、SUV)销售前十强名单出炉,在这份由全国乘用车市场信息联席会统计的榜单中,上海通用汽车以103.9万辆的销量稳居冠军宝座,国内排名前15名的车企中,八成企业均完成了去年年初制定的年度销售目标,其中,上海通用、上海大众年销量突破百万辆,成为中国汽车企业的又一里程碑。

记者注意到,与2009年的榜单相比,该榜单除了上海通用和上海大众排名互换,第三名至第八名的排名完全相同,而

2009年名列第九的广汽本田此次意外跌出前十。除了广汽本田表现不尽如人意,比亚迪2010年表现也差强人意,仅增长16%,与此前连续多年翻番的表现相比逊色不少。值得关注的是,位列冠军的上海通用和上海大众,虽然基数较大,2010年的增幅仍分别高达42%和37%,远高于同行。

业内人士分析,车市正表现出强者恒强弱者恒弱的态势,面对2011年的复杂形势,车企间的竞争将更加激烈,而强者恒强的势头或更明显。

标签:跌宕

对于一汽丰田而言,去年无疑是跌宕起伏的一年:受到去年召回事件的牵累,上半年销量遭遇瓶颈,时间过半,销量未过半。但下半年,一汽丰田着手开展“品牌重建”活动,用新车效应不断强化市场关注度,众多的新车增配降价提高性价比再次获得人心,用下半年的优秀市场表现扫除了召回阴霾。

NO.9 吉利汽车

目标:40万辆 完成:41.61万辆 标签:骄傲

仅凭全资收购沃尔沃一事,吉利汽车就是中国车市名副其实的“年度骄傲”,加上英伦汽车品牌启动、多品牌战略全面推进,去年,吉利在产品力、品牌力双双取得突破,全年上市新车高达8款。旗下首款B级车帝豪EC718年度销量达到了7万辆,成为自主品牌进军高端的标杆车型。

NO.10 长安福特

目标:37.5万辆 完成:40.84万辆 标签:黑马

跻身车企排名榜单前十名的长安福特,是当之无愧的车市黑马。旗下福克斯的市场表现稳定,嘉年华也稳步上升,前者年度销量超过17万辆,后者年度销量也达到了10万辆。长安福特最后两个月月销量都在4万辆以上,最终以超额3万辆的成绩收官。

代天籁年度销量实现了14万辆,稳居中高端车前三名。

NO.6 奇瑞汽车

目标:70万辆 完成:59.78万辆 标签:乱战

奇瑞汽车仍保持了自主品牌头把交椅的成绩。去年,奇瑞的多品牌架构得到了24个产品、4个营销网络和分品牌事业部的支撑,但其“多品牌、多车型”的营销策略市场表现“力不从心”,尽管奇瑞去年取得了较高增长,但仍未能完成去年年初制定的销售目标,旗下瑞麒品牌主力产品虽然都是去年上市,但对国内中高端市场未能形成有力冲击。

NO.7 比亚迪

目标:60万辆 完成:51万辆 标签:失意

去年,比亚迪在其第三个目标销量翻番年里遭遇了滑铁卢。2010年初,比亚迪制定了80万辆销售目标,但在去年上半年只完成了全年销售目标的36.1%,2010年8月,比亚迪大幅调低2010年销售目标至60万辆,但根据中汽协披露的数据,比亚迪去年全年最终销量为51万辆,较2009年只增长了16%,不仅与其此前连续几年翻番增长形成极大的反差,也远低于汽车行业平均增长水平。

NO.8 一汽丰田

目标:50万辆 完成:50.59万辆

NO.1 上海通用

目标:85万辆 完成:103.89万辆 标签:王者

上海通用汽车去年成为中国汽车工业史上第一个年产量跃上“百万量级”的传统乘用车公司。作为最早完成年度销售目标的车企,其接连投放的几款新车非常有竞争力,在各自的细分市场几乎一上市就占据了重要的市场位置。这份成绩充分说明,在“全球平台、欧美技术”的全新产品布局下,上海通用“绿动未来”产品战略取得显著成效。

NO.2 上海大众

目标:82.9万辆 完成:100.13万辆 标签:丰收

去年,无疑是上海大众全面丰收的一年,不仅整体产销量突破百万辆,在新产品投放、双品牌战略、南方战略等方面也交出了一份漂亮的成绩单。其中,途观上市仅9个月累计销量已近7万辆,树立了都市SUV新标杆。上海大众朗逸,去年年销量突破25万辆,成为中级车市场的年度销量亚军。加上最近上市的新POLO、新途安,上海大众正以加速度向前发展。

NO.3 一汽-大众

目标:80万辆 完成:85.22万辆 标签:紧俏

去年,一汽-大众旗下几乎每款车型都炙手可热,除了高尔夫6、高尔夫

GTI、CC等多款重量级新品外,就连投产多时的速腾、新宝来也需要等待一段时间才能提到现车,其在中级车市场的领军者位置固若磐石。此外,一汽-大众的“南方战略”去年也初见成效。但持续“一车难求”的窘境也让其产能瓶颈问题愈加突出。

NO.4 北京现代

目标:67万辆 完成:70.31万辆 标签:完胜

北京现代去年实现了销量与品牌的双收获:“组合营销拳”继续发力,其中悦动和伊兰特组合全年累计超过38万辆;途胜和ix35组合在SUV市场中表现也很抢眼,全年销量近12万辆;瑞纳与雅绅特组成的“瑞雅组合”则在A0级市场上双剑合璧,增长势头强劲。销量增长的同时,北京现代还启动i系列品牌战略,先后导入i30和ix35两款重量级车型,着力提升品牌形象。

NO.5 东风日产

目标:60万辆 完成:66.07万辆 标签:薄发

去年,东风日产不仅巩固了日系合资企业NO.1的位置,更进一步强化了难以复制的体系竞争力。其月销量去年几乎一直稳定在5万辆以上,天籁、骐达、轩逸等几款“明星”车型在各自的细分市场中拥有突出表现,各款车型的月平均销量均超过了1万台。其中,新一



帝豪EC8入选市政协会议指定用车

郑州市政协十二届三次会议隆重开幕,帝豪汽车4S旗舰店河南四海盛景荣膺两会指定公务用车服务商,帝豪EC8作为本次会议专用车,成为穿梭在会场及驻地之间的靓丽风景。

EC8是帝豪品牌第一款面向中高级轿车市场的产品,车身尺寸位于同类型车型的前列。宽大的车身更衬托出大气、沉稳的主基调。帝豪EC8在细节上没有过多的修饰,相对比较“素净”的车身为的是更好配合其商务车的定位。车身圆润而饱满,匀称的前后比例,又能诠释商务轿车的低调和内敛。 惠立

奇瑞1月份出口10505辆

1月份,奇瑞的出口延续去年底的强劲势头,迎来新春开门红,月度出口量达到10505辆,同比增长132.5%,环比增长19.2%,继续稳居国内车企出口第一宝座。据统计,截至1月底,奇瑞海外销量总计近48万辆,预计在2011年一季度累计出口将突破50万辆。

回顾2010年,奇瑞在海外市场成绩斐然,出口量达到9.2万辆,同比增长93.2%,这也是奇瑞连续第8年领衔中国乘用车企业出口第一。作为中国最大的汽车出口商,目前,奇瑞已经建成了在国内车企中最为完善的海外市场开发和服务保障体系,在全球建成了12个生产基地,以及由1000多家销售服务商组成的全球营销网络,产品远销80多个国家和地区。 雯茹



节后爱车保养五步走

“不少车跑长途时磕了碰了,有的则是被鞭炮弄掉漆了,当然更多的车是假期结束后送来保养的。”春节过后,我市各4S店和汽修厂都迎来了汽车维修和保养的高峰,每家店里都是一片忙碌的景象。业内人士表示,一般来说,节后汽车保养比节前保养简单,主要做好“清洗、检查、添加、修理、保洁”五项内容即可。

清洗车身:长假结束,首先要做的就是对车身的进行清洗,将附着在车漆上面的灰尘、泥浆等痕迹去除,以免各种污物长期停留在车身上,破坏漆面。此外,冬季的霜雪也很容易在车身表面积留,其中夹杂的腐蚀性化学物质也会对漆面造成损害。这里提醒喜欢自己动手的车主,洗车时应避免过于用力擦拭布满泥沙的车身,或者使用肮脏携带泥沙的抹布,造成对漆面的新损伤与新划痕。

检查底盘:春节期间走亲访友,复杂路况很可能造成汽车底盘的轻微刮蹭,因此,出行回来后对底盘做个检查很有必要。检测内容包括各传动部件、悬挂部件是否松动或损伤及底盘锈蚀检查。虽然汽车底盘在出厂前都做过防锈处理,但如果是在山路或者泥泞路行驶,底盘被锈蚀的可能性就大大增加,特别是泥浆等脏物极易附着在底盘上,一些不断敲打底盘的沙石也会将底盘原先有的底盘装甲等保护层剥落,底盘被锈蚀的可能性变大。

补充液体:汽车的正常运行,离不开各种不同的液体。不少车主利用春节长假,开着爱车天南海北游玩,行程少则数百公里,多则上千公里。经过长途工作,汽车的各种液体难免会有渗漏和消耗。另外,发动机在连续高温工作下可能会使机油变质,因此,长途驾驶后应该对各种油液进行检测。

保养轮胎:长途行驶后,要全面检查轮胎气压、四轮平衡,以及是否出现老化裂纹或创伤。天冷的季节橡胶会变硬发脆,不但摩擦系数会降低,也比其他季节更容易漏气、扎胎。建议曾经长途出行的车主认真清理胎纹内夹杂物,避免使用磨损较大的轮胎。如果发现已经完全磨损,应及时更换。

清洁内部:春节期间用车较多,而且天气寒冷,行车尤其是跑高速行驶期间车窗一般关闭,车厢和蒸发器内自身的怪味,以及其他多种异味混杂在一起,让人难以忍受。而且节日里车子往往成为一个小型的储物空间,什么东西都堆在里面,节后应把车内的物品好好整理一下,再做一次彻底清洗和除味。

本报记者 李莉



高速度的陷阱

或许,不少中国汽车人都有过这样一个梦想:成为世界汽车界的“NO.1”。2009年,当汽车之都底特律因金融危机陷于水深火热之中时,强势崛起的中国车市终于如愿得偿。

而据中国汽车工业协会发布的最新统计数据,去年国产汽车产销再创辉煌,双双超过1800万辆,这一纪录超过了美国历史上销量最高的年份。

从2008年的产销900多万辆,到2010年的1800万辆,仅仅用了两年时间,中国车市就翻了近一番。在如此高的基数上两

年翻番,这样的发展速度在世界汽车发展史上绝无仅有。

但坐在冠军的宝座上,第一汽车大国桂冠带来的有短暂喜悦,更塞给城市、社会、车主更多的烦恼,能源、环境和交通的巨大压力,汽车与行人、汽车与社会、汽车与环境的矛盾日益突出。数据显示,随着汽车产销量的激增,近年来国内新增炼油能力全部被新增汽车吃掉,汽车尾气成为许多大城市空气污染的主要来源,全国600多个城市三分之二出现交通拥堵。 我们也许可以用10年的时间,走完国

外100年的汽车发展历史,但我们城市交通与相关配套设施却无法同步前进。当买车的初衷——速度与效率,被日益严重的拥堵一点点蚕食;当“堵城求解”成为一个全国性的无解命题;当有车的烦恼大于开车的快感……或许,可以这样说,持续的高速狂奔正在成为车市为自己埋下的一个陷阱。如今,这个陷阱开始“发威”,它拽住了车市加速的脚步,迫使中国汽车调整步伐,保持稳健。

去年底,北京以治堵的名义祭出限购大旗,为“狂奔”了两年的中国汽车市场踩下一

脚“刹车”;与此同时,从今年1月1日起,小排量购置税优惠、汽车下乡、以旧换新等汽车消费鼓励政策集体退出。新年伊始的中国车市,政策已由两年前的“刺激引导”逐渐收缩为“适度从紧”,导向意义不言而喻。

一个期望每年增长40%或30%的车市,不是一个成熟的车市。暂时的集体狂欢注定会散场,持续的发飙狂奔必然要透支“体力”,是时候让汽车市场调整“呼吸”,用理性和理智的心态,重新定义“行进”速度了。 李莉



热烈祝贺市十三届人大三次会议 市政协十二届三次会议 隆重举行