

车市风云

2014车市年中报：几家欢喜几家愁

随着刚刚过去的六月市场数据出炉，2014年国内各大车企的“中考”成绩也算正式揭榜。据乘联会最新公布的数据，6月全国狭义乘用车总体批发144.78万台，6月批发较去年同期同比增长13.7%；6月狭义乘用车终端销量约为135.5万辆，环比下降4.0%，同比上升16.3%。

总的来说，今年上半年车市在稳增长之中，也经历了一场不同寻常的“中考”。欧美系车企均有不俗表现，而日系车企也有回温趋势，但自主品牌恐怕还是需要另辟蹊径，寻求突破。此外，最明显的变量来自于天津、杭州相继实施汽车限购政策之后，引发的恐慌性购车带来非正常增量。

董方

德系车：问鼎宝座

正如昨天凌晨刚刚谢幕的2014年巴西足球世界杯，德国队以不败战绩冲进决赛，成功捧起大力神杯，这也是属于这支球队的第4个世界杯冠军头衔。提起德国，除了啤酒、足球，自然也离不开德系车。在中国市场一向占据主流位置的德系车企上半年业绩保持稳步增长，以上海大众、一汽大众、奥迪、奔驰和宝马领衔的德系车企，继续保持领先优势。

美系车：表现不俗

电影《变形金刚4》以超多中国元素、植入广告成为中国院线暑期档的劲爆大片，而作为美国本土的汽车巨头，通用公司旗下的多个品牌也通过《变形金刚》系列电影为更多人所熟知，“大黄蜂”雪佛兰科迈罗的出场，总能吸引不少观众的眼球。作为美系车的代表，上海通用今年上半年其销量提升5.5%，共为82.32万辆，排名第三。福特则依靠新产品的持续发力，继续保持高增长态势。

日系品牌：亟待反弹

在元气逐渐恢复后，今年上半年日系品牌销量出现反弹。

最新公布的数据显示，上半年，日产在华累计销量为62万辆，同比增长14.6%；本田在华国产车销量为353416辆，同比增长11.7%；马自达在中国市场累计销售98852辆，同比增长19.8%。

自主品牌遭遇挑战

相比合资品牌，自主品牌销量仍在寻求机遇与突破。今年上半年，多数自主品牌厂家未能完成半程销量目标，只有长安、广汽传祺等保持较好的增长势头。除了市场竞争加剧，合资产品加速进入中低端市场的影响之后，也和大城市限购以及由之引发的恐慌性购车有直接的关系。因为这促使汽车消费加速高端化，挤压了自主品牌的市场过渡期。

全国乘用车联合会副秘书长崔东树认为，限购带来的抢购对自主品牌的伤害更大，让已经阴跌10个月的自主品牌雪上加霜。因为限购城市都是与杭州类似的东部大城市，其消费层次较高，购车品牌档次也是偏高，大多是7万元以上车型，而且品牌信息的了解也是更充分，因此合资品牌的中低端成为抢购的主要增量。

随着竞争企业不断增多，车型也不断增多，加之汽车价格降低以及消费水平逐渐提高，自主品牌企业的价格优势在逐渐减弱。因此，目前自主品牌的主要问题还是寻求突破与机遇。

新车拉动效应明显

业内人士分析，上半年日系车在华销量整体提升明显，其中新车的拉动作用不可忽视。

就广汽丰田而言，去年底正式上市的致炫，今年上半年的累计销量达到3.98万辆。

新车效应对于东风本田和东风日产的销量拉动也同样明显。去年下半年上市的杰德，今年上半年累计销售3.13万辆，成为东风本田旗下仅次于CR-V的销量支柱；今年3月上市的新奇骏，上半年累计销量达到3.75万辆。

和日系车相似，韩系车销量的拉动也主要来自于新车。上半年，北京现代除了A级车销量依然快速增长外，B级车名图的月销量也持续稳定在1万辆以上，上半年累计销量达6.33万辆。“小型SUV北京现代ix25，将于10月上市，这款车上市后也将带来充量动力。”北京现代一位经销商表示。

而从法系车来看，今年4月刚刚上市的标致2008以单月销量超5000辆的成绩，已成为东风标致的销量支柱之一。



安徽汽贸·合肥市伟光汽车销售服务有限公司
地址：合肥市新站区北二环路汴河段安徽国际汽车城16号 销售热线：0551-64289755/64289766 服务热线：0551-64289722/64289733