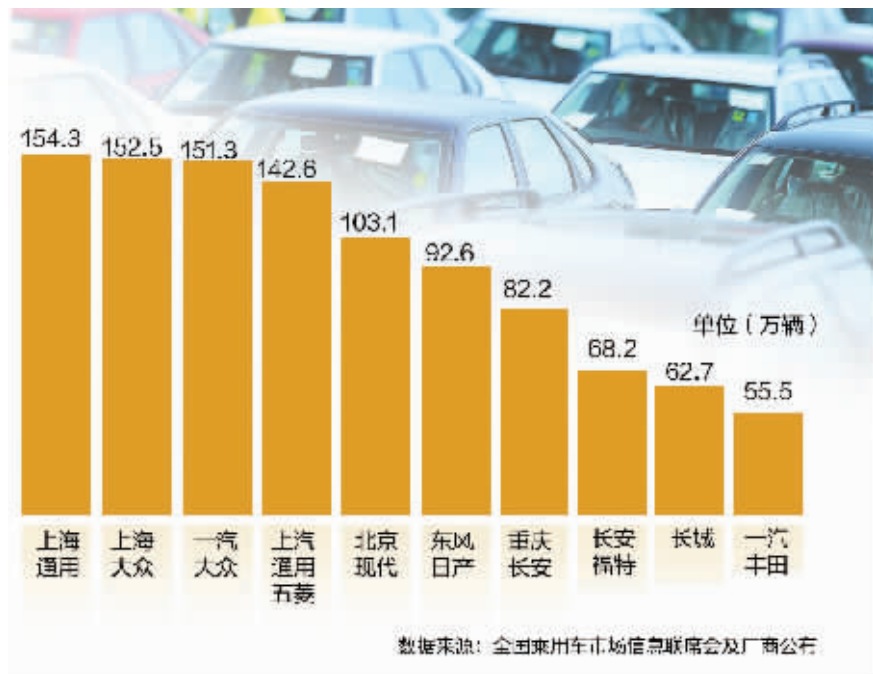


热点聚焦

# 国内车企年终成绩放榜 通用连夺四冠 大众虎视眈眈

进入一月份之后，各大车企与相关行业协会都纷纷开始公布2013年最后一个月的销售成绩，引人关注的2013车企销量排行榜也在这个时候火热出炉了，在一汽大众、上海大众与上海通用三巨头的争夺战中，上海通用在最后一个半月发力赶超，最终以154.3万辆的成绩夺得了2013年的乘用车销售冠军，这也是上海通用连续第四年蝉联国内车市的销冠，而南北大众也以极其接近的成绩尾随其后，前三名的销量差距都在5万辆以内。 现代快报记者 张瀚中



## 前十名形成三大集团

从乘联会公布的数据来看，虽然上海通用最终夺得了冠军，但是它的销量与上海大众与一汽大众都在伯仲之间，三者销量分别为154.3万、152.5万和151.3万辆，加上上汽通用五菱，这四家乘用车企已经成为了国内车企名副其实的“第一梯队”。

而北京现代与东风日产两家销量在百万辆附近徘徊的车企，则成为了销量排名中的第二梯队，从第八名的长安福特，到第十名的一汽丰田，则以50-60万辆的销量成为了第三梯队。

在这三个梯队中，第一梯队已经形成了较为明显的优势，50万辆左右的差距充分显示出了车市三巨头的威力，而第二梯队则保持了较高的增长速度，尤其是长安福特，2013年销量增长60.3%。

## 自主品牌马太效应凸显

虽然2013年销量排名前十的车企，平均增速保持在20%以上的水平，但是有一个不容忽视的事实，那就是在自主品牌中只有长城一家车企排进了前十位，其余自主品牌都被挤到了十名开外，甚至销量比去年还有所下滑。

统计数据显示，2013年中国品牌乘用车共销售722.20万辆，只比上年增长11.4%，低于乘用车市场的平均

增速，而且仅占乘用车销售总量的40.3%，占有率比上年下降1.6个百分点，继续呈现下降趋势。国外品牌中，德系、日系、美系、韩系和法系乘用车分别占乘用车销售总量的18.8%、16.4%、12.4%、8.8%和3.1%，市场份额与上年比较，除日系微弱下降外，其余各系均有不同程度增长，其中美系增长最为明显。

## 面对2014更加谨慎

对不少业内人士来说，2013车市下半年突然的爆发与高增长来得有些出人意料，不少业内人士预计，由于受到二线城市限牌之风的影响，很多二线城市的汽车消费开始提前爆发，所以在预测2014时，无论是厂商还是第三方专家，都保持了一个谨慎的态度。

上海通用汽车总经理王晓秋在谈到2014年规划时表示，未来的工作重点将是围绕产品创新展开的，至于销量，他只表示要力争突破160万辆，这个数字与今年的150多万辆相比只能算是微增长。

而南北两个大众则要更加高调一些，随着一汽大众佛山工厂一期30万辆产能的充分释放，以及上海大众宁波工厂、长沙工厂的相继投产，南北两个大众都预计要在2015年达到200万辆的产销规模，这也是大众汽车提出的在全球实现年销量1000万辆的最重要组成部分。

# 豪车市场冷热不均 二线豪车猛增 超级豪车下滑

虽然2013年的车市从总体上看来是全线飘红的，但是在一些细分市场，还是有不少停滞不前甚至下滑的现象，与同类的细分市场形成了鲜明的对比，其中豪华车中的二线豪车与顶级豪车两个不同的细分市场就呈现出了极其不均衡的发展态势，一方在2013年高歌猛进，另一方则呈现出了停滞甚至倒退的趋势。 现代快报记者 张瀚中



## 二线豪车迎来丰收年

在传统的国内市场定位上，我们把凯迪拉克、英菲尼迪、雷克萨斯、捷豹、沃尔沃这类销量明显低于奥迪、宝马、奔驰的品牌统称为二线豪车品牌，但在2013年，这些以往的二线豪车品牌都取得了大大的丰收，大有挑战一线豪车品牌之态势。

去年，在中国豪华车市场处于第一阵营的德系三强：奥迪、奔驰和宝马，与2012年高达30%、40%的高增长相比，幅度出现明显下滑。有意思的是，处在豪华车第二阵营的凯迪拉克、沃尔沃、英菲尼迪等销量却开始飙升。其中凯迪拉克在华销量同比强劲增长66.6%，达到50,005辆，创下了年度销量历史新高。SRX继续成为凯迪拉克旗下最畅销的车型，其销量为26,897辆，同比增长24.0%。凯迪拉克XTS在上市后第一年的销量达到了20,101辆。

一些一线阵营车企高管也开始纷纷加入其他豪华品牌，2013年宝马在中国区损失了三位高管，其中华晨宝马原营销高级副总裁戴雷出任英菲尼迪中国事业部总经理，这个操着一口流利中文的德国人使英菲尼迪在2013年的销量增长超过50%，新品也都剑指德系三强。

## 超级豪车略显疲态

在二线豪车之外，还有一批起步售价就在100万元以上，甚至超过200万元的豪华品牌，被市场称为超豪华的汽车品牌，却在2013年的中国市场遭遇了挫折。从目前公布或者预计2013年度销售数据来看，宾利、法拉利、兰博基尼等超豪华车品牌在华销量出现了下降或是零增长。宾利汽车去年全球销量同比增长18.9%，首次突破万辆大关，但在被大家一致看好的中国市场销量下滑2.8%。在中国以外地区，宾利去年在美洲地区销售增长28%，在欧洲销售增长11%。

在中国市场遭遇滑坡的超豪华车品牌不止宾利。尽管全年销售数据尚未公布，但在2013年前9个月，法拉利在中国内地、香港和台湾的销售量已经同比下降25%；其竞争对手兰博基尼则预计2013年销售会出现零增长，此前两年，这两家公司在华销售都实现了超过25%的增长。

有业内人士分析，国家新一届领导班子发起的反铺张浪费的风潮，对这些汽车中的奢侈品是一种不小的打击，并预测超豪华车在国内的市场前景并不会再像之前那样乐观。

长安铃木 CHANGAN SHENKE

S-CROSS 锋驭 心远天地宽

全新城市SUV 傲世登场

✓ 超低油耗	✓ 超高配置	✓ 超大天窗
--------	--------	--------

杭州销售 0511 83950090 南京销售 025 62468777 南京珍珠 025 62490074 徐州至飞捷视 0516 82020079 常州球创至飞 0519 83099888	无锡车龙捷 0510 85420800 苏州城市飞捷 0512 66009977 江苏业杰 0515 83444006 连云港杰恒 0518 89916555	昆山捷城 0512 57095266 苏州东方特诺 0523 82895368 江苏金天捷恒 0517 83771900 南通韵捷 0513 83960111	丹阳京达 0511 86938888 浙江中泰余泰 0577 88263008 海门安捷 0513 82196633 江阴永兴 0510 86256722
--	--	--	--

长安铃木 长安铃木汽车有限公司 CHANGAN SHENKE 24小时救援电话：400-07-7000 025 83099888 400 000 11888