周口晚报
周口日报社主办
网 址 :http://www.zhld.com
今日B叠8版
广告热线:8599345
汽车·旅游
周 刊
2013年1月 23
壬辰年十二月十二
星期三 编辑 黄全红
总第 116 期

仅10家乘用车企完成去年目标

一汽轿车完成率不足五成 日系车企均未完成预期目标

本报综合消息 根据目前各家乘用车企业公布的销售数据显示,2012年,中国主要的25家乘用车企业中,仅有10家企业完成其年度销量目标,其中,长安福特完成率最高,达112.1%;15家企业均未完成其所制定的销量目标,其中,一汽轿车(指其自主品牌)完成率最低,不足50%。

相关数据显示,完成销量目标的主要有:长安福特马自达、一汽-大众、东风风神、上海通用、北京现代、吉利汽车、长城汽车、东风悦达起亚、上海汽车、上海大众,总计10家。完成率在90%至100%之间的主要有:比亚迪、神龙、东风柳汽。完成率在80%至90%之间的主要有:江淮汽车、东风本田、一汽丰田。完成率在70%至80%之间的主要有:广汽本田、东风裕隆、东风日产、北京奔驰、奇瑞、广汽丰田、天津一汽。完成率在70%以下的主要有:一汽马自达和一汽轿车。

盖世汽车网整理的数据显示,2012年,中国乘用车市场前三强企业制定的销量目标中,一汽-大众制定的年度销量目标虽然最低——120万辆,但却较2011年销量提升了16%。而上海通用2012年的130万辆虽然最高,但仅比2011年实际销量提升5.6%。上海大众2012年128万辆的目标较2011年实际销量提升近10%。这三家企业中,2012年销量目标完成率最高的是一汽-大众,其2012年销量发力较猛,同比增长为28.4%,至132.89万辆,完成率达110.7%。其次是上海通用,其销量实际完成139.27万辆,同比增长13.2%,完成率为107.1%。从2013年的销量预期来看,一汽-大众预期2013年销量150万辆,此目标高于上海通用的145万辆和上海大众的142万辆。

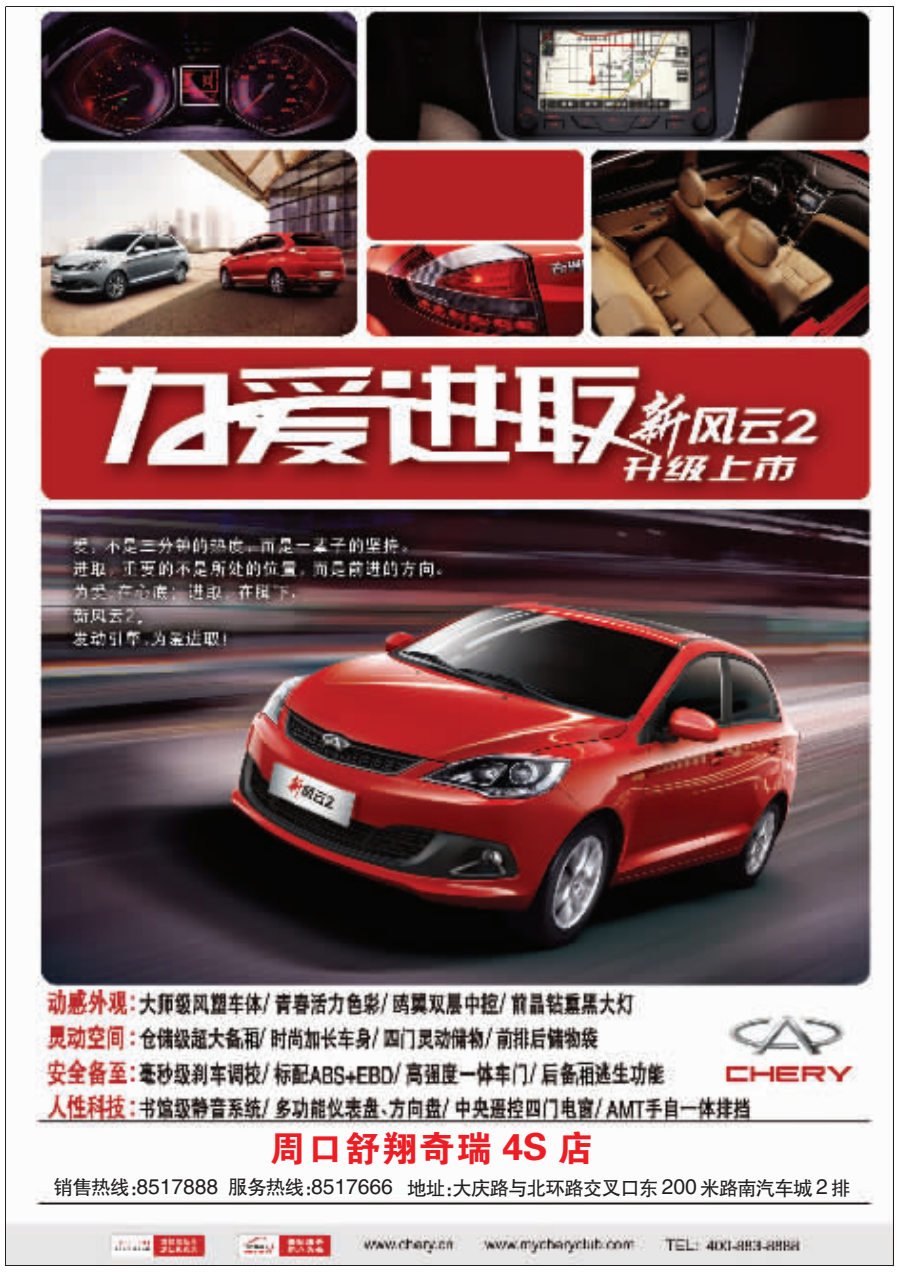
其他合资企业中,完成销量目标的有长安福特马自达、北京现代和东风悦达起亚。其中,长安福特马自达完成率最高,其2012年实际销量49.33万辆,完成率达112.1%。其原因主要得益于新车新福克斯销量。北京现代和东风悦达起亚2012年销量分别完成85.6万辆和48万辆,完成分别为107%和100.1%。据了解,北京现代2013年将冲击100万辆的销量。

日系合资企业由于受钓鱼岛事件影响,2012年均未达成其销量预期。其中,东风本田和一汽丰田完成率最高,其2012年销量分别完成28.22万辆和49.55万辆,完成其目标34万辆和60万辆的83.05%和82.6%。广汽本田销量完成31.64万辆,完成率为79.1%。而东风日产在2012年年初预期目标100万辆,但全年仅实现77.3万辆。

自主品牌企业中,2012年完成销量目标的企业有东风风神、吉利汽车和长城汽车。其中,吉利在帝豪EC7销量的高增长以及新车销量的推动下,全年销量实现49.14万辆,完成率为106.8%。而长城汽车主要得益于其SUV出色的表现,2012年整体销量(包括皮卡)实现62万辆,完成率为103.3%。东风风神销量6.02万辆,完成率为110%。比亚迪和奇瑞2012年或因处于调整期阶段,均未完成其所定的目标。比亚迪销量实现45.61万辆,完成率为97%;而奇瑞完成率相对较低,全年销量实现53.68万辆,同比下滑10.6%,完成率仅为76.7%。 (孙金凤)

2012年汽车成绩单

全球车企2012年成绩单	上汽通用五菱 145.8万辆
丰田汽车 970万辆	上海通用 139万辆
通用汽车 929万辆	一汽-大众 130万辆
大众汽车 907万辆	上海大众 128万辆
标致雪铁龙 296.5万辆	北京现代 85万辆
宝马汽车 184.5186万辆	东风日产 77.3万辆
奥迪汽车 146万辆	一汽丰田 49.55万辆
斯柯达 93.92万辆	东风悦达起亚 48万辆
西雅特 32.1万辆	长安福特 41.85万辆
沃尔沃 42.1951万辆	广汽本田 31.64万辆
劳斯莱斯 0.3575万辆	东风本田 28.2万辆
中国车企2012成绩单	东风雪铁龙 22.38万辆
上汽集团 449万辆	东风标致 21.62万辆
东风汽车 307.8万辆	东风裕隆 3.11万辆
一汽集团 300万辆	**豪华品牌2012年中国成绩单**
长安集团 175.66万辆	一汽奥迪 40.2888万辆
北汽集团 170.1万辆	宝马中国 32.6444万辆
长城汽车 62万辆	奔驰中国 20.615万辆
奇瑞汽车 53.68万辆	路虎 6.59万辆
吉利汽车 48.3万辆	雷克萨斯 6.41万辆
比亚迪 45.61万辆	沃尔沃 4.1989万辆
跨国公司2012年中国成绩单	保时捷 3.12万辆
通用中国 283.6万辆	凯迪拉克 3万辆
大众中国 281万辆	MINI 3.01万辆
丰田中国 84万辆	英菲尼迪 1.6万辆
福特中国 62.6616万辆	捷豹 0.75万辆
合资公司2012年中国成绩单	讴歌 0.23万辆



豪华个性小车竞争升温

在重视家庭观念,买车讲究排场为主的中国汽车市场,豪华品牌个性小车的竞争正成为众人关注的焦点。元旦过后,豪华小车市场Smart、MINI纷纷发布新款车型,除了舒适便利性配置上做出升级,特别版车型也成为豪华小车竞争的利器。

日前,梅赛德斯-奔驰推出Smart 2013新年特别版车型,售价为128888元,全国仅限量发售666辆。Smart品牌邀请知名珠宝设计师万宝宝,将独特的时尚灵感融入Smart 2013新年特别版中,吸引了众多个性小车追求者的关注。

事实上,特别版车型一直是豪华个性小车每年新车的亮点。据了解,2009年Smart Fortwo在中国上市至今,Smart受到了越来越多的中国消费者的喜爱。为了回报中国消费者,3年多来,梅赛德斯-奔驰为中国Smart一族呈现了多款特别版车型:虎年特别版Smart、哑光灰特别版、兔年特别版、Night Orange燃橙特别版、Kobe Edition科比特别版、Dragon Edition龙年特别版、Smart Sharpred烈焰特别版、Smart Iceshine冰炫特别版,以及2013新年的特别版。

而MINI目前除了拥有MINI One、MINI Cooper和MINI CooperS等众多版本车型外,更是推出了中国任务版、Cooper Hampton等一系列的限量版车型,以满足个性化需求。此外,有消息称,在去年广州车展上首次现身国内的MINI Pacema,作为Countryman的双门版车型,也有望不久后引入到中国。

统计数据显示,2012年,Smart在中国的销量达到了1.5万辆,同比增长45%,这使得中国市场成为Smart全球第三大市场。MINI品牌同样创造新高,销量达23275辆,同比增长50%。其中,经典三门掀背车型MINI增长54.7%,达11448辆。

新上任的梅赛德斯-奔驰中国Smart品牌负责人李德思表示,Smart品牌非常重视中国消费者的反馈,并重视中国消费者的需求,着力打造中国消费者喜欢的个性产品。据透露,未来Smart将会继续打造中国市场专属的限量车型。今年还将继续推出其他的特别版限量版车型,新车型将同样具有丰富的中国元素。

的确,在2013新年特别版车型上,我们能够看到蛇形LOGO和Smart的LOGO有机地结合在一起,这是Smart特别取材自农历"蛇年"的设计元素。另外,中国消费者喜爱的超大全景天窗和导航等配置也加入了特别版车型。

与此同时,为了配合在中国的增长,各豪华品牌纷纷做出了营销创新。一位MINI品牌的相关负责人介绍,去年MINI互联空间站发布,MINI的独特品牌魅力赢得了更多客户。而Smart近日携手新浪微博的独家抢购活动也已正式开启。据透露,此次与新浪微博携手独家发售限量版车型,是Smart借助新浪微博这一社交媒体平台与消费者沟通的一次全新尝试,必将引发又一轮汽车行业创新营销的热潮。 (蓝朝晖)