

汽车周刊 · 广告



本报专刊部主编 | 总第950期 | 2023年6月14日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

利好多 5月车市明显好转

国家与各地纷纷出台促销政策,叠加“五一”举办汽车消费集中性营销活动,5月车市较上月明显好转。中汽协出炉的《2023年5月新车报告》显示:5月汽车产量233.3万辆,环同比增长9.4%、21.1%;销量2138.2万辆,环同比增长10.3%、27.9%。1—5月汽车累计产销1068.7万辆、1061.7万辆,同比均增长11.1%。

新能源车保持增势

5月,新能源车保持快速增长态势,市占率进一步提升。当月产销71.3万辆、71.7万辆,环同比均两位数增长,市占率30.1%。1—5月,新能源车产销累计300.5万辆、294万辆,分别增长45.1%、46.8%,市占率27.7%。其中,纯电动销214.6万辆,增长35.3%;插电混动售79.3万辆,增长90.5%。

新能源车1—5月前十强企业(集团)合计销量249.8万辆,同比增长62.8%,占全国新能源车销售总量的85%,同比高出8.3个百分点。其中前三强销量:

比亚迪100.2万辆,增长97.7%;特斯拉(上海)销量38.3万辆,增长77.4%;上汽28万辆。

出口持续迅猛增长

海关总署数据显示:5月汽车(含底盘)出口43.8万辆,环同比增长3.1%、93.0%;出口值622.5亿元,增长2.4倍。1—5月汽车出口193.3万辆,增长80.0%;出口值2667.8亿元,增长124.1%。

中汽协车企出口报交,5月38.9万辆,环同比增长3.4%、58.7%;1—5月175.8万辆,增长81.5%。汽车出口中,新能源车5月出口10.8万辆,环同比增长7.9%、1.5倍。

乘用车集中在A级

5月,乘用车产量201.1万辆,环同比增长13.1%、18.2%;销量205.1万辆,环同比增长13.1%、26.4%。其中,燃油车销量114.2万辆,环同比增长16%、9.6%。

1—5月,乘用车累计产销906.3万辆、900.1万辆,同比增

长10.6%、10.7%。其中,燃油车市销量集中在A级车,销售348.1万辆,但同比下降2.9%。

国产高端品牌乘用车消费升级显著。5月销售36.1万辆,环同比增长16.5%、32.4%。

商用车市快速增长

5月,商用车产销32.2万辆、33万辆,环比降幅收窄至一位数,同比快速增长42.9%、38.2%。其中,卡车销售29.4万辆,增长39.8%;客车销售3.7万辆,增长26.6%。商用车出口保持两位数增长。5月出口6.3万辆,同比增长28.6%;1—5月累计出口29.1万辆,增长30.9%。

中外品牌差异分明

中国品牌乘用车日渐红火。5月销量109.9万辆,环同比增长10%、37.6%,市场份额53.6%,同比上升4.3个百分点。

中国品牌乘用车1—5月累计销量478.1万辆,增长22.7%;市场份额53.1%,同比提升5.2个百分点。细分市场占

有率:轿车44.2%、SUV/59.4%、MPV/59.3%,呈现小幅增加。国产外系品牌1—5月销量同比,日系两位数下降,德美韩法四系为不同程度增长。

大集团量增同比升

1—5月,汽车销量排名前十家企业(集团)销量合计883.9万辆,同比增长7.9%,较前4月提高4.1个百分点;市占率83.3%。前十家企业(集团)销量,上汽遥遥领先,销售162.4万辆;长城垫底,销量41.4万辆。销量同比,比亚迪增速最突出,高达95.6%;北汽、奇瑞和吉利两位数增长,一汽、长安和广汽小幅增长。

二手车市进入淡季

5月二手车库存周期较4月增加1天,第四周日均交易量5.7万辆,较上周基本持平,市场依旧低迷,消费不振,预计5月二手车交易量在140万—150万辆,市场已提前进入淡季状态。二手车下沉下乡,将是市场发展走势。

张伯顺

近日,一份来自某中国汽车品牌的“声明”让汽车圈炸开了锅,“声明”称已向国家三部委递交举报材料,就比亚迪秦PLUS DM-i、宋PLUS DM-i采用常压油箱,涉嫌整车蒸发污染物排放不达标的问题进行举报。2个小时后,比亚迪汽车迅速做出回应,官宣称“我们坚决反对任何形式的不正当竞争行为!并保留法务诉讼的权力!”一时间,硝烟弥漫,笼罩车界。

显然,这是一件不应发生的事。作为全球最大的汽车市场之一,中国对于各大合资品牌一直抱着开放、包容与合作的态度。当国内新能源汽车尚未形成气候的时候,上海正式宣布引进了特斯拉这条大鲶鱼,狠狠搅动了中国新能源汽车的一江春水。被合资品牌打压多年的自主品牌开始在新能源汽车领域龙抬头,各大造车新势力雨后春笋般冒了出来,让称霸中国市场多年的合资品牌目瞪口呆。“中国汽车究竟是怎么崛起的?”很多外资品牌纷纷发出质疑。中国汽车以自己的实际行动作出了这样的回答:不怕对手太强大,就怕对手不敢打。只有合作才能共赢,要想发展出属于自己的汽车品牌,必须要经得住对手的强大,才能绽放出属于自己的花。

中国汽车人深知,如今新能源汽车市场的繁荣离不开各大品牌,基于公平公正的原则,尽情展现自家硬实力的竞争与角逐。真正的优秀,是不需要靠打击别人来衬托自己的。阻挡别人的路让自己脱颖而出,正是不自信的表现,只会让大家陷入恶性竞争的漩涡。因此,希望我们某些自主车企正视弱点,加强自身实力,与对手公平竞争、共同进步,方能赢来中国汽车更璀璨的明天。

雍君

公平竞争
共同进步

上汽大众
SAIC VOLKSWAGEN

朗逸家族 上新啦

朗逸新锐 Lavida XR

500万国民家轿新选择

建议零售价: 99,990元起

立刻扫码 了解详情

svw-volkswagen.com

大众科技

*该零售价为1.5L新逸版价格,画面中展示车型为1.5L新逸版,详情请洽当地经销商

广告