

## 2014上半年车市盘点

在经历了五六月的冲量后，中国车市整体交出了较为满意的年中成绩单。从目前完成情况看，前5个月大部分车企销售状况不错，如果下半年持续发力，年内销售目标基本可以完成。中汽协副秘书长师建华表示，年初时中汽协预测今年中国市场销量为2374万-2418万辆，增长率8%-10%。2014年随着新型城镇化的推进，催生汽车市场的需求，汽车厂商也在不断调整营销战略，寻找销量增长的发力点。

### 德系品牌表现抢眼

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、奔驰和宝马领衔的德系车企，借助新车刺激强化市场营销，继续保持领先优势。

统计数据显示，上海大众5月实现销售145268辆，同比增长24.8%。至此，上海大众汽车今年已经累计销售80.5万辆，同比增长23.8%，成为国内前5月乘用车市场冠军。按此增长，上海大众今年将轻松完成全年170万辆的销售目标。

一汽-大众同样增长迅猛，1-5月69.9万辆的累计销量，同比增速达到了18.3%。按此趋势来看，一汽-大众实现全年170万辆的销量目标，应该没有什么难度。

### 美系品牌抢占更多份额

统计数据显示，今年5月，上海通用销售新车近14万辆，同比增长13.7%，今年前5个月累计销量突破70万辆。在进入新车销售的传统

淡季之后，上海通用6月的销售环比仍有增长，这也和今年不断推出新车型上市有关。北京车展期间上市的雪佛兰创酷在5月售出5293辆，上市第二个月便突破5000辆大关。按照上海通用的设想，今年上海通用将挑战160万辆的目标。按照目前的增长趋势，完成160万辆销售任务并非难事。

2014年长安福特锁定的年度销量目标为79万辆，增幅15.7%。今年1-5月，长安福特全系产品的销量累计达330771辆，累计同比增长43%。从销量上看，这几年长安福特的产品处于一个急速的增长期，目前福特引进的多款新车在终端销售市场上都有不俗的表现，如果产能放开，全年的销量有望提前实现。

### 日系品牌强势反弹

在元气逐渐恢复后，今年日系品牌集体上演销量冲高大戏。眼下包括丰田、本田、日产在内的各大日系品牌均已制订了周密的促销计划。

丰田在加大体验式营销推广力度的同时，今年前5个月已销售39.49万辆，同比增长16%。虽然距离年初制订的全年110万辆的目标尚有一定差距，但随着新一代卡罗拉以及雷凌的上市，丰田在华不难恢复强势增长。

日产自从2009年超越丰田、本田之后，就一直牢牢占据着日系在华销量第一的宝座。今年5月，日产在中国市场的销量为10.61万辆。日产旗下合资公司东风日产也实现快速增长，截至5月底，东风日产累计销量达到387422辆，实现近

21%的同比增长。

业内人士认为，随着日产、丰田、本田、马自达新车的密集投放，可以预见，日系将会进入全面反击战阶段，重新夺回自己在中国市场的份额。

### 自主转型力阻下滑

在合资及豪华车企强势猛涨的同时，今年以来，自主品牌市场份额持续下滑。5月自主品牌乘用车共销售58.06万辆，占乘用车销售总量的36.51%，环比下降2.72%，占有率比4月下降0.58个百分点，比上年同期下降2.92个百分点。1-5月，自主品牌轿车共销售116.04万辆，同比下降15.8%，占轿车销售总量的22.5%，占有率同比下降5.7%。不过，为了在与对手的竞争中不被市场淘汰，自主品牌通过战略转型，也在尝试阻止下滑态势，并取得了一定成效。

5月，奇瑞汽车国内销售22074辆，同比增长15.7%，超过国内乘用车整体销量同比13.85%的增幅业绩。这是奇瑞继4月逆势增长后的持续发力。按照计划，今年奇瑞的销量目标为36万辆，前5个月累计销量已达18.11万辆，完成率超过了50%，下半年在艾瑞泽系列新车的推动下，销量增速有望提升。

据了解，今年包括吉利、华晨、海马等在内的自主品牌车企普遍制订了理性增长计划，虽然整体业绩在年中并不十分理想，但由于目前正在进行主要产品升级，及持续进行营销系统改革，因此下半年或许会出现反弹的机会。

(综合)

### 爱车顾问团



### 做好保养可以降低油耗

本期嘉宾：山东金大友汽车销售有限公司  
售后经理：胡衍彪

发动机是一辆汽车动力输出的关键，也与油耗密切相关。所以给发动机及其附件各个系统定期进行清理，做好保养也是可以降低油耗的。

#### 清理空气滤清器

如果空气滤清器发生堵塞或积尘过多就会导致发动机进气不畅，而且大量的灰尘进入汽缸，会加快汽缸积炭速度，使发动机点火不畅，动力不足，车辆的油耗就自然会升高。如果在正常的城市公路上行驶，空气滤清器在汽车行驶5000公里时就应该进行检查，如果滤清器上积尘过多，可以考虑用压缩空气从滤芯内部向外吹，将灰尘吹净。但压缩空气的压力也不能过高，以防滤纸被损坏。

#### 清洗喷油嘴积炭

因为燃烧室容易产生积炭，而积炭会导致启动困难；喷油嘴积炭也会导致油道堵塞，汽油喷射变形、雾化差，燃油消耗自然也会增大。对于燃烧室的清洗可以采用专用退炭剂，使燃烧室和喷油嘴上的积炭软化并与零件表面脱离，然后将软化的积炭除去。

#### 除节气门油泥

节气门处油泥产生的原因是多方面的，有些是燃料燃烧的废气在节气门处形成积炭；再就是没有被空气滤清器过滤的杂质在节气门处残留形成。油泥多了进气会产生气阻，从而导致油耗的增加。车一般在行驶1万到2万公里时就应该对节气门进行清洗。在清洗节气门时，首先要拆除进气管，露出节气门，拆掉电瓶负极，关闭点火开关，把节气门翻板扳直，往节气门内喷少量“化油器清洗剂”，然后用涤纶抹布或者高纺“无纺布”小心擦洗，节气门深处，手够不着的地方可以用夹子夹住抹布小心擦洗，清洗干净后装好进气管和电瓶负极就可以点火了。

SHIFT\_the way you move



技术日产·人·车·生活

# 上海通用汽车6月销售136956辆

## 1-6月累计销售842277辆 刷新公司半年销量纪录

7月4日，上海通用汽车公布了最新销量数据：上海通用汽车旗下别克、雪佛兰、凯迪拉克三大品牌6月份销量达到136,956辆，2014年上半年共实现销量842,277辆，再创公司半年销量新高，并完成全年销量目标打下坚实基础。

在豪华车、中高级车、SUV和小型车等主流细分市场，上海通用汽车旗下三大品牌主力车型的领先地位得到进一步巩固，产品竞争力和市场影响力持续增强。豪华车市场，凯迪拉克销量持续走高，销售“质”“量”同步提升，1-6月共销售33,760辆，同比增长高达71.7%。SUV市场，别克昂科拉、雪佛兰创酷、科帕奇与凯迪拉克SRX携手发力，1-6月共销售86,297辆，取得同比增长45.8%的优异成绩；尤其是昂科拉与创酷携手，销量达到5.2万辆，引领高端小型SUV市场。中高级车市场，“双君一宝”累计销量14.6万辆，在细分市场继续提升。小型车市场，新赛欧半年销量超过12万辆，继续保持细分市场单一车型第一。

### 别克6月销售71062辆，上半年累计销售超过45万辆，同比增长12.2%。

今年上半年，“首席商务舱”别克GL8豪华商务车携手GL8商务车实现销售44,267辆，同比增长29.2%。高档都市紧凑型SUV昂科拉6月销售7,857辆，今年上半年共销售40,678辆，同比增长58.6%。昂科拉的优异表现，不仅为别克今年发力SUV打下扎实的市场基础，同时使别克品牌赢得越来越多年轻车主的青睐。领衔中高级车高端细分市场的别克“双君”6月销售15,203辆，上半年共销售超过8.8万辆。在中高级车市场高端、新生代精英座驾英朗GT与五门风尚轿跑英朗XT在6月热销18,394辆，1-6月累计销

售近13万辆，同比增幅达24.3%，其中英朗GT上半年取得销量过10万辆的佳绩。“中级车常青树”别克凯越上半年销售14.7万辆，继续保持领先地位。值得期待的是，全新高档中型SUV别克ENVISION将于今年年内在中国发布上市。作为通用汽车全球全新一代战略车型，这款汇聚了最新设计理念和前沿科技的别克SUV，不仅将在空间、安全、性能和配置等方面树立国内高档中型SUV市场的新标杆，同时也将完善别克品牌SUV车型的产品矩阵，为消费者提供极具竞争力的全新选择。

### 雪佛兰6月销售59700辆，上半年累计销售358096辆，中高档车型销量占比持续提升。

新生代城市SUV雪佛兰创酷6月销售4,364辆，上市两个月来销量已过万，在12万至16万价格区间小型SUV细分市场成功奠定了高价值标杆地位。雪佛兰中高档旗舰迈锐宝6月销量8,473辆，今年1-6月合计销售57,502辆，同比增长19.6%，其在国内中高级车中的热销主力地位日益巩固。雪佛兰科帕奇1-6月累计销售近2万辆，与迈锐宝一起，助推雪佛

兰高端车型今年上半年销售实现14.0%的同比增长，并使品牌的销售结构持续优化。在5月份迎来第100万位车主后，雪佛兰新赛欧6月销售20,175辆，1-6月新赛欧销售已超过12万辆，为“全民家轿”添加了新的精彩释义。拥有强大影响力的新生代性能中级车雪佛兰科鲁兹三厢和掀背车6月份热销20,599辆，上半年累计销售已超过12.6万辆，实现同比增长15.7%。

### 凯迪拉克6月销售6194辆，上半年累计销售33760辆，同比增长71.7%。

凯迪拉克XTS 6月份销售2,732辆，今年1-6月累计销售14,818辆，同比增长108.9%，充分展现出市场和消费者对其在动力性能、科技配置和豪华质感等方面领先优势的高度认可，并藉此成功跻身国内中级豪华车市场主流车型之列。风尚运动豪华轿车凯迪拉克ATS上市以来累计销售已突破6000辆，其原汁原味、淋漓尽致的驾驶乐趣已赢得越来越多的口碑和

认同。运动型豪华SUV凯迪拉克SRX的销量也节节攀高，今年1-6月份共销售14,496辆，同比增长22.6%。令人向往的凯迪拉克SRX美国66号公路第四季活动7月即将启程，凯迪拉克SRX纵横开拓之旅·西藏行的招募活动也在全国如火如荼展开。与此同时，SRX 66号公路升级版已上市并全面到店。SRX开拓、自由的公路文化感召力愈加深入人心。



▲扫描上方二维码，关注“上海通用汽车”官方微信公众账号，即时收取新闻及图片。



▲扫描上方二维码，关注“上海通用汽车”官方微博，即时了解企业资讯及旗下品牌、产品信息。