

# 岁末回暖,11月车市销量247万辆 环比增长9.9%,多家车企创月度销量新高

本报记者 戚淑军

日前,全国乘联会发布了2017年11月乘用车销量排名。统计数据显示,2017年11月份,全国狭义乘用车终端销量达247.27万辆,同比增长3.9%,环比增长9.9%。1-11月累计销量2102.75万辆,同比微增2.3%。在前十一个月整体汽车市场呈现微增长的大环境下,多家车企在11月份创下月度销量新高,汽车企业之间的销量分化进一步明显。



上看,哈弗H6占据了SUV销量冠军,哈弗H2也以25954辆的销量位居第6。与此同时,长城汽车高端品牌WEY也是销量可观,11月份,VV7、VV5销量均过万,分别为10183辆和10277辆。一个新推出的自主高端品牌,在同样高端的价格上,能有这个销量,可以说是成功的。

## 轿车排名 新朗逸重回榜首

11月,轿车类销量没有太大变化,销售总量为118.30万

辆,同比微降0.2%,虽然同比下滑,但降幅明显较10月收窄。榜单显示,新朗逸以50334辆的月度成绩重回轿车类销量榜首,同比增长15.5%,轩逸、福睿斯以44028辆和34589辆的成绩紧随其后。

与SUV销量榜单自主车型唱主角不同的是,轿车中,自主轿车明显处于劣势。11月轿车销量中,轿车销量榜单前十名中也仅有帝豪EC7和宝骏310入围宝骏310从上个月的排名12成功进入前十,以27528辆位居第十,帝豪EC7以27676辆位居第九。由此可见,

在轿车方面,自主车企任重道远。

11月,曾经多次位居轿车销量冠军的全新英朗销量再次下滑,排名由上个月第4下降至第7名,与此形成对比的是,福睿斯销售排名由上月第6提升至第3位,在国内打拼多年的捷达也是以超过1千辆的优势销量超越了全新英朗,以31637辆位居第六。

## 厂商榜单, 自主品牌抢眼

11月,厂商榜单,除了南

北大众和上汽通用继续领跑行业前三外,自主品牌的强势表现成为当月一大看点。这其中,又属吉利汽车最为抢眼——以超过14万辆的月度销量位列行业第五。此外,长城汽车和长安汽车也进入前十榜单,当月销量均跨越10万辆台阶。其中,长安品牌乘用车销售109400辆,环比10月微增;长城汽车11月共计销售131062辆,同比增长1.53%。

吉利官方数据显示,11月份,吉利汽车共销售新车141265辆,前11个月销量较去年同比增长66%,已完成全年110万辆销量目标的99%,几乎是提前1个月完成全年任务。具体来看各车型的表现,在“产品3.0战略”的指导下,2017年吉利汽车陆续布局各细分市场。11月,吉利旗下共有新帝豪、新远景、帝豪GL、博越、帝豪GS、远景SUV、远景X3等7款车型销量过万,在轿车、SUV两大细分市场均有着强势的市场表现。

吉利、长城、长安三家自主车企的不俗表现是自主品牌强势崛起的一个缩影。据中国汽车工业协会统计数据显示,2017年前10个月中,自主品牌的市场份额达到43.04%,占有率较去年同期上升。此外,随着长城、吉利旗下高端品牌WEY、领克的陆续面市,自主品牌的高端化产品或将成为销量增长的又一重要推动力。

# 全新启辰D60开启魅力启辰3.0战略

作为启辰品牌成立7年推出的首款智能网联轿车,全新启辰D60定位为“高品质智联轿车”,是东风启辰迎接消费升级和推动品牌向上的全新力作,也是东风启辰进入“魅力启辰”3.0战略阶段的首张王牌。

2017年11月2日,全新启辰D60正式上市。最新产销快报显示,新车上市15天火爆销售6000台。全新启辰D60的上市,将助力东风启辰销量再创新高。

## 车联网2.0: 高端科技提升智能互联体验

产品实力决定企业的未来。

全新启辰D60搭载的东风启辰智能车载互联系统是其最大亮点。

全新升级的启辰智能互联系统,技术源自东风启辰与高德地图、科大讯飞等国内领先的技术供应商联合研发的最新成果。

作为一款“能感知、会思考、易沟通、更懂你”的智联轿车,全新启辰D60以更加智能化的在线出行服务,满足每位车主的个性化需求。

行车过程中可随时唤醒导航、打电话、调节空调,查航班、股票等功能,同时可设置方言辨识、更有背诗、对对联、绕口令等多元娱乐功能。

全新启辰D60搭载的智能

互联系统,从语音控制到个性需求推荐方面,都大大提升了人机的交互性。行车过程中可随时唤醒导航,实现语音导航、打电话、调节空调等功能,极大程度地解放双手。此外,远程控制、车载4G移动WIFI热点等越级配置,都能为消费者带来愉悦有趣的超值科技体验,全新启辰D60用专属的“互联网基因”刷新品牌价值新高度。

## 魅力启辰3.0: “互联网+汽车”品质升级

从启辰T90开始,全新的技术平台推动东风启辰进入2.0时代;搭载全新智能互联系统的全新启辰D60开启“魅力启辰”3.0战略。

这是一次着眼于未来的战略布局。

此前,在“品质启辰”阶段,东风启辰以全价值链品质要求,建立全程品质管



理体系、确立世界级标杆工艺,以品质走入国民心。同期,东风启辰创新服务模式,打造“20公里服务圈”,用各种创新营销模式为消费者带来丰富多彩的汽车生活。

2017年,东风启辰正式进入到“魅力启辰”阶段。作为建立魅力形象的重要一年,东风启辰将从产品、渠道、服务和数字化层面加大投入,推进品牌事业全面升级。

据相关机构预测,未来三年内,中国车联网市场整体规模将达338亿美元,2025年或将达到2162亿美元。迅速扩大的车联网市场,必将

是汽车品牌大显身手的竞技场。

实际上,早在2015年,东风启辰就推出了首款智能车载系统——启辰智慧车管家,拉开了车联网的序幕,通过硬件、软件、服务的三方联接,打造人、车交互生态系统,开启汽车智能互联及一站式车主服务新时代。

2017年9月,东风启辰发布的车联网战略。这是利用“互联网+汽车”的技术和应用,构建数字平台,高效整合商品企划、产品研发、生产制造、市场营销、客户服务等全价值链的各个环节。通过与高德地图和科大讯飞的战略合作,获得实时交通

大数据、智能语音识别技术,成就了启辰车联网强大智能互联功能。

随着车联网战略的深入和智能汽车产品升级,东风启辰将逐步打造集行车资讯、娱乐、消费、社交于一体的综合平台,为车主打造便捷、舒适、丰富多彩的智能汽车生活体验。

东风启辰车联网战略的目标即是为用户打造“易沟通、会思考、能感知”的车联网。据悉,此项车联网技术未来应用在汽车上时,车主可享受其基础服务十年免费政策。



## 点评:

从全新启辰D60开始,东风启辰今后的新产品都将搭载智能互联系统。在未来,启辰车主或可以在行驶途中,通过强大的车联网功能,建立起一个流动的车友会,走到哪里都有“小辰”的相伴,旅途将不再孤单!