

本刊 综合

2015年过半，国内汽车市场交上了一份怎样的答卷？用一些关键词来梳理这半年中国汽车市场，其中既有SUV车型的火爆不减、新能源汽车的异军突起，也有自主品牌生存压力加大、车市增速整体放缓，还有“路怒症”引发的关于汽车社会的讨论。



上半年车市关键词

根据中国汽车工业协会最新统计数据，上半年汽车产销分别为1209.5万辆和1185.03万辆，同比增长2.6%和1.4%，预计全年汽车销量同比增长3%。进入21世纪的十几年来，从平均增速24%到7%，再到可能出现的3%，中国汽车市场是否出现拐点目前还难下结论，不过从高速增长转入微增长已是事实。

微增长

官降

车市价格战年年上演，今年尤为激烈。从今年初开始，官降席卷而来。上海大众、长安福特、北京现代等合资品牌宣布官方降价，通过促销手段，获得更多市场份额。合资品牌官降，直接冲击到自主车企，长城等品牌也开始官降。可以预见，随着大量新车型即将涌入市场，下半年国内车市的价格战会愈演愈烈。

放眼国内车市，哪种车型卖得最火，非SUV车型莫属。无论合资品牌，还是自主品牌，几乎都遵循着“凡SUV必火”的规律。为了抢占这一市场，车企纷纷开足马力，或是扩大产能，或是调整生产线，希望在这一高速增长的分销市场中获得更大份额。从目前国内车市产销趋势看，SUV市场红火的一幕还将持续。

SUV

新能源

新能源汽车的优异表现让很多人吃了一惊。继去年销量实现破纪录的近7.5万辆之后，今年增长势头更猛，上半年新能源汽车产销分别为76223辆和72711辆，同比增长2.5倍和2.4倍。新能源汽车爆发式增长与多项扶持政策出台有关。按照目前趋势，今年新能源汽车有望实现15万到20万辆的产销量。

如果说互联网+汽车的概念在去年刚被提及，那么今年已经火遍大江南北，速度之快令人惊叹。特别是随着“中国制造2025”战略的出炉，借助互联网推动汽车产业升级，已经成为国内车企的共识。但从实际进展来看，互联网+汽车还仅仅是个开始。需要警惕的是，车企在投入这一新兴领域的同时，千万不能贪图弯道超车，忽略传统制造领域的创新发展。

互联网+

出口
下滑

从2.2万辆到100万辆，只用了10年时间。但从2013年以后，我国汽车出口却开始放缓。但是，国内车企并未放缓走出去的脚步，在海外市场的产业布局也趋向合理。

梳理上半年的社会热点，成都女司机被打、别车导致车祸等都引发过舆论热议，也使得“路怒症”成为频频出现的热词。汽车产销量连续六年世界第一的光鲜，并没有掩盖我国汽车社会文明的短板。应该说，汽车文明是一个综合的价值体系，文明行车的养成，既需要驾驶者提升文明素养，还需要严格、科学的法规保障。

汽车
社会