轿车销量疲软

中国品牌5月再度发力SUV市场

□本报记者 任萌

SUV还能火多久？至少到目前为止依然是火热的。回顾上月的许昌车市，不少车商都提前感觉到了淡季的凉意。进入5月，为了提升销量、抢占市场，多家中国品牌纷纷在新车上下功夫，再度发力SUV市场。

中国品牌再度发力SUV市场是有原因的。目前，SUV继续保持大幅跑赢车市大盘的增长势头。据中国汽车工业协会统计，今年第一季度，国内乘用车共销售594.76万辆，同比增长4.63%，其中SUV销售238.61万辆，同比增长20.91%，所占市场份额逐渐逼近轿车，同期轿车销量为283.95万辆，同比增长0.59%，而MPV销售55.34万辆，同比下降17.40%。正是得益于SUV市场迅猛增长，中国品牌在乘用车销售总量中的占比达到45.74%，占有率比上年同期提升0.82个百分点。

在4月底举行的上海车展上，众多车企前赴后继地推出SUV新车，首发新车共计百余款。其中SUV车型就占了近50款，而中国品牌SUV的数量占比更是达到了六成。中国汽车工业协会发布的数据显示，2016年，SUV销量达904.70万辆，占所有乘用车车型的37.1%。此外，据汽车数据决策服务商威尔森统计，从2011年到2016年，中国品牌SUV在售车型数量从41款攀升至117款，增长了近两倍。

近日，哈弗汽车许昌慧宇蓝标旗舰店负责人告诉记者，长城汽车现在基本上都是以产销哈弗SUV为主，厂家的产能全部用在了生产热销SUV上。广汽传祺许昌金祺4S店总经理邢玉龙告诉记者，广汽传祺品牌近年来也对SUV市场发起猛攻，旗下中国品牌广汽传祺的SUV产品已占该品牌总销量的90%以上。2016年广汽传祺在许昌推出GS8后，很多消费者需要等上一个月才能提到现车。如今经过产能调整，许昌消费者只需要等待数天就可以提到爱车。邢玉龙认为，SUV的高速增长，给了像广汽传祺这样的中国品牌发展的大好机遇。中国品牌因为了解市场和消费者，所以会以最快速度捕捉到SUV风向。

面对中国品牌在5月推出的多款新车，不少合资品牌4S店负责人将目光转向了细分市场。某德系合资品牌负责人告诉记者，目前，汽车市场在“二孩”政策影响下还会促进大型7座SUV的发展。事实上，合资品牌已经开始在这一细分领域布局。比如，前不久东风悦达起亚推出了KX7、上汽大众途昂上市以及冠道240TURBO等车型的推出，都在表明他们瞄准了这一细分市场。

不得不说，SUV依旧是目前中国品牌在市场上获利的法宝，但体系升级向上是接下来中国品牌必须面对和全心修炼的，最终轿车体系或者说平台体系才是中国品牌竞争的核心。

中国品牌组团走向高端化

不管是在许昌车展上还是上海车展上，这一趋势都非常明显

□本报记者 侯力强 文/图

“长城高端品牌WEY将在许昌建店了，中国品牌（也即自主品牌）高端化的态势已经十分明显。”昨日，记者在微信朋友圈里看到了这样一条信息。

近几年，随着中国品牌的不断发展壮大，“高端”这个词又出现在了许多国内车企未来的发展战略之中。不管是在许昌车展上还是上海车展上，这一趋势都非常明显。

中国品牌汽车正进入越来越多的城市家庭。图为在“正通汽贸杯”第14届莲城汽车文化节上，广汽传祺推出针对公务员的促销政策。

高端化车型不断上市

在今年的上海车展上，吉利在确定旗下高端品牌LYNK&CO中文名领克的同时，发布了第一款准量产车型——领克01；长城旗下高端品牌WEY的首款车型VV7也已经正式上市。继GS8七座SUV月销过万辆之后，广汽传祺推出了精心打造的“都市大5座SUV”传祺GS7。

此外，红旗还举行了首批4S店签约仪式。业内人士表示，选择这21家经销商是红旗完善渠道建设的重要举措，意味着创建最早的中国汽车高端品牌红旗的“再出发”。

在短短一年时间里，不论是以单款车型试水的传祺GS8、长安CS95，还是以独立品牌亮相的领克、WEY，都表明这些车企已经进入瓜分高端市场的“抢跑”阶段。

产品力大幅提升

中国品牌车企为何在此时集体上攻，底气何来？专家认为，主要原因在于当前中国品牌的产品力有了较大幅度提升。

产品“颜值”越来越高。记者看到，无论是领克01还是传祺GS7，颜值越来越高，颇具国际范儿。汽车外观设计为何进步如此之大？有分析认为，这得益于近年来中国品牌车企将造型设计提升到战略高度，并通过国际化人才引进，提升了设计能力。比如，传祺的设计总监张帆来自奔驰，比亚迪的设计总监沃尔夫冈·艾格来自奥迪，长城的设计总监皮埃尔·勒克莱克来自宝马。

产品品质越来越好。据专家介绍，从新车故障率来看，过去中国品牌与合资品牌的故障率差了100多个点，到2016年只差14个点，有些中国品牌的品质实际上已超越合资品牌。以广汽传祺为例，该品牌从一开始就坚守国际品质标准，从汽车设计、生产流程、销售流通以及售后服务全方位进行细节管控，打造出一整套全生命周期质量管理体系。

支撑产品的核心技术也在不断突破。在今年的上海车展上，一汽、吉利带来了自主研发的三缸涡轮增压机；长安CS55搭载的是自主研发的全新BlueCore1.5T发动机；全新一代哈弗H6两款发动机均匹配了自主研发的7速双离合变速器。拥有自主研发的先进动力总成在几年前还是遥不可及的梦想，现在已经变成了现实。

正是因为有了较高的“颜值”、过硬的品质和核心技术的突破，中国品牌的市场份额才得以不断攀升。今年一季度，中国品牌乘用车销量为272万辆，同比增长6.5%，增速跑赢了合资品牌；市场份额达到45.7%，同比提升0.8个百分点。其中，在增长最快的SUV细分市场上，以长城、长安、吉利、传祺等为代表的中国品牌已在前十强中占据八个席位；在另一个颇具增长潜力的MPV细分市场上，以宝骏、欧尚、菱智等为代表的中国品牌，则在前十强中占据九个席位。

中国品牌在销量不断创新高的基础上，集体谋求品牌上的突破，让我们看到了中国汽车的无限可能。

“2017瑞风SUV超级体验营”许昌站完美收官

瑞风S7被大家围观。

□本报记者 朱占华 文/图

4月29日，“2017瑞风SUV超级体验营”许昌站在正通汽贸城拉开序幕。瑞风S7在活动现场精彩亮相，瞬间收获了一大群粉丝。

当天上午10时18分，江淮汽车乘用车营销公司河南分公司品牌总监邱解放挥旗宣布“2017瑞风SUV超级体验营”许昌站正式启动，赛场上瞬间响起了发动机的轰鸣声，专业车手驾驶着没有经过任何改装的量产瑞风S3和瑞风S5开始了精彩的车技表演。

让大家血脉贲张的车技表演以“四车原地画圆烧胎”完美结束，直到车手下车挥手和大家道别，大家还感觉意犹未尽，毕竟像这样由专业车手进行的精彩车技表演，目前在许昌也只能在江淮汽车的超级体验营活动中看到。

在观看了车技表演之后，很多人立刻报名参加了“我是赛车手”活动，在充满趣味性的比赛中，过了把赛车瘾。“2017瑞风SUV超级体验营”的前3名可以随江淮汽车拉力队征战“中国汽车拉力锦标赛”，获得江淮汽车“我是赛车手”总决赛冠军的车手可签约成为JAC专属车手，并有机会参加南京雷力赛车俱乐部专业车手培训计划。活动现场的“安全驾控”理论联系实际，“学做中国好司机”和“购车嘉年华”节目环环相扣、暗藏大奖，让大家不但学到了驾驶安全知识，还通过游戏收获了各种礼品、奖品。

邱解放和正通江淮4S店总经理王宏为瑞风S7揭幕。王宏说：“瑞风S7不仅拥有同级别车型中最大的空间，而且拥有丰富的高级辅助驾驶配置和多样化的娱乐、安全配置，能够让驾乘者感受到瑞风S7带来的非凡体验。本次‘瑞风SUV超级体验营’许昌站就是为了让许昌消费者全面了解江淮汽车。”

最终，“2017瑞风SUV超级体验营”许昌站以赢得了58位江淮汽车家族新成员而完美收官。

哈弗H6连续多年位居SUV销量排行榜首位

红标哈弗两款新车在许昌上市

□本报记者 侯力强 文/图

4月29日下午，红标全新哈弗H6和红标全新哈弗H6 Coupe上市会在许昌慧宇哈弗4S店举行。众多哈弗粉丝参与上市会，多名顾客现场订车，进一步验证了“哈弗神车”的不凡实力。

红标全新哈弗H6带来全方位安全防护

基于全新平台打造的全新哈弗H6是集“全新动力、全新安全、全新设计、全新技术”于一体的“四新之车”，全面超越合资品牌同级车型。该车搭载的“2.0/1.3GDIT缸内直喷+7 DCT湿式双离合”全新动力组合换挡灵活、操控自如，瞬间爆发无限动力，全新“铠甲安全系统”为消费者带来全方位、立体化安全防护。

红标全新哈弗H6采用的2.0 GDIT缸内直喷涡轮增压发动机，最大功率145kW，最大扭矩315N·m，采用缸内直喷、涡轮增压、双VVT等诸多领先科技，百公里加速表现优异。

与同级产品相比，红标全新哈弗H6的被动安全性能更加突出，主动安全配置更加丰富，车身采用激光焊接技术，高强度钢占比超过65%，大幅度降低事故中车辆变形带来的伤害。

红标全新哈弗H6 Coupe安全配置丰富

红标全新哈弗H6 Coupe首次搭载同级领先的“2.0T 7DCT”动力组合，动力强劲、换挡更平顺，百公里油耗8.3L。

红标Coupe全系标配智能化全景天窗、智能启停系统，与静谧的座舱、高保真DTS音效系统等越级配置一起为乘员带来高端、舒适的驾乘体验。此外，红标全新哈弗H6 Coupe在同级车型当中轴距优势明显，可为车内乘员提供最大化乘坐空间。

红标全新哈弗H6 Coupe采用成熟工艺生产，车身采用溃缩式吸能结构设计，与大量高强度钢共同作用，提升了车辆品质和安全性能。全系标配博世第九代ESP、TCS牵引力控制系统、EPB电子驻车、安全头枕等丰富的主动安全配置，帮助驾驶员有效应对复杂路段。

上市会现场。

恒力汽贸快修中心成立

进店即可享受免费洗车、车辆检查等服务

恒力汽贸快修中心外景。

□本报记者 朱占华 文/图

为了满足广大客户需求，位于市区许由路与解放路交叉口向西300米路北的恒力汽贸快修中心应运而生。恒力汽贸快修中心设有前台接待室、检修车间、烤漆房、洗车区以及客户休闲休息室等，目前已进入试营业阶段。

据恒力汽贸快修中心负责人介绍，该中心拥有专业的技术团队，本着“诚信为本、服务制胜”的经营理念，为客户提供30分钟快速保养服务和快速洗车服务，用优质快捷的服务做到让所有到店保养维修车辆的客户省心、舒心、放心。恒力汽贸快修中心将为恒力汽贸旗下的五菱宝骏、雪佛兰、长安福特、长安马自达、北京现代、东风本田、比亚迪、一汽奔腾、东风风行、沃尔沃等汽车品牌4S店的新老客户及各汽车品牌的车主提供“多实惠、快修快补、好服务优团队、省时省心更省钱”的特色服务。

与汽车4S店相比，恒力汽贸快修中心价格更低，而且更快捷。与一些小的汽车维修店相比，恒力汽贸快修中心具有较高的品牌影响力、专业技术保障和提供汽车原厂零配件等优势。可以说，恒力汽贸快修中心既省钱、省事，又有技术和零配件上的保障。

目前，恒力汽贸共代理了10多个汽车品牌，开办了20多家汽车实体4S店和直营店。恒力汽贸快修中心作为各品牌4S店售后服务的延伸，将依托恒力汽贸在许昌地区的强大影响力，积极为广大新老车主朋友提供更优质的汽车品牌保养维修服务。

荣威RX5

智联驾驶时代的首选座驾

上汽荣威许昌宜飞4S店展出的荣威eRX5。

□本报记者 任萌 文/图

昨日，记者从上汽荣威许昌宜飞4S店得到了荣威RX5的4月全国销量数据：荣威RX5当月全国销量为16023辆。

荣威RX5一上市就成了“网红”车，“互联网、科技、智能、互动”这些关键词让人们重新认识了新一代互联网轿车。去年，荣威RX5一上市，就受到了众多消费者以及媒体的广泛关注。可以说，上汽荣威与阿里巴巴斑马智联系统的结合，碰撞出了激情的火花。

有的朋友认为荣威RX5是汽车与智联驾驶结合的代表产物，也有的朋友认为荣威RX5搭载的智联驾驶系统是博眼球的“花架子”。暂且不论荣威RX5搭载的智联驾驶系统在实际驾驶过程中能发挥多大的作用，单凭这样的创新精神，就值得消费者去关注。所以，荣威RX5自上市以来，一直有着不错的表现，销量也由最初的8000辆上升到了去年9月份的1.3万辆。在随后的几个月，除了2月受春节假期影响外，其余月份的销量均保持在2万辆左右。

可以说，荣威RX5有着一个近乎完美的开局。作为互联网汽车的先行者，在人无我有的状况下，荣威RX5的销量和关注度一直处在国内SUV车型的前列。

当然，仅仅依靠“互联驾驶”这一张王牌，荣威RX5是很难突出重围力拔头筹的。上汽集团也意识到了互联驾驶系统所呈现出来的实用性短板，于是把新能源作为荣威品牌的另一张王牌。在前不久的上海国际车展上，上汽荣威就携“插电混动互联网SUV”荣威eRX5、“插电混动高级轿车”荣威e950以及新能源中级车“销量王”荣威e550组成高品质新能源车队集体亮相。在上海车展上，荣威ei6的上市足以说明上汽集团对新能源车的重视程度。

对于中国品牌车企而言，把互联驾驶做好并非一件易事；把新能源和互联驾驶有机结合起来，更是难上加难。荣威eRX5不仅解决了新能源电机问题，而且融入了上汽集团引以为傲的互联网技术，再加上“蓝芯”动力科技，正式开启了汽车行业的“三擎”时代。上汽集团“三擎”高品质车型阵营不断完善，进一步满足这个时代的全新需求。新能源+智联驾驶的双核心发展趋势，对于荣威品牌及其旗下“网红”车型的热度延续，有着强劲的助推作用。

荣威RX5 4月的销量提前曝出，说明了上汽集团对于这款“网红”车型还是信心十足的。“人无我有、人有我优、人优我转”，上汽荣威遵循着这样的发展逻辑，应该可以让RX5以及相关车型继续抢占市场份额。