

消费升级态势持续

豪华品牌销量强势增长

闻言培

根据乘联会数据,2021年1-7月国内乘用车零售累计达到1144.5万辆,同比增长22.9%。其中,豪华品牌以185.8多万辆的累计销量继续保持强势增长,这也体现出了当下的消费升级。虽然国内外疫情的反复以及芯片短缺的压力给汽车市场带来了太多不确定因素,但国内消费者对于高端换购需求仍旧旺盛,这也使得各大豪华主机厂屡创新高。

今年上半年豪华品牌销量成绩全部出炉,排名与一季度相比无变化,宝马以467,064辆的成绩领跑,441,579辆的奔驰紧随其后,奥迪则以418,188辆位居第三。

宝马引领豪华品牌

其中,宝马集团更是创下历年同期新高。宝马之所以能够取得冠军的宝座,旗下的宝马3系功不可没。这代G28在2019年发布之初遭到无数Bimmer的质疑,但卖

的好才是王道。抛弃了运动操控的品牌基因,更舒适、更豪华、更电子的调性反而让这代3系得到更多消费者的青睐。宝马3系以102,618辆的成绩贡献了将近4分之一的销量。另外,宝马X3和宝马5系同样也是宝马的主力产品,宝马5系累计销量90,925辆,同比增长37.9%,虽然表现不如宝马3系,但是其也多月挤进轿车榜单。宝马X3表现也较不错,上半年累计销量79731辆,同比增长41.5%。主力车型持续发力,助推宝马登顶豪华品牌第一的位置。



奔驰有望卷土重来

三叉戟的星辉标志是每个男性的梦想,梅赛德斯-奔驰共向中国客户交付441,579辆新车,同比增长27.6%。作为曾经的BBA老大,奔驰在上半年只能屈居第二,小编认为有2个原因。

一,奔驰最走量的产品面临换代。目前在售的奔驰C-class已经到了生命周期的末端,无论是设计还是技术都比不上同级的3系和A4L。据悉,全新一代的北京奔驰C-class将在不久后的成都车展上亮相并在8月底正式上市。新车的外观内饰向新奔驰S级无限接近,妥妥的小S级,豪华程度更上层楼。或许宝马3系已经在瑟瑟发抖了。二,奔驰小排量的策略让

不少粉丝改换门庭。另外,奔驰E级为78,100辆,奔驰GLC为78,186辆,奔驰GLB为35,829辆。从产品销量来看,上半年奔驰主力车型的市场表现都不太乐观。

奥迪稳居一线阵营

来自英戈尔施塔特的奥迪终端销量同比增长38.6%至418,188辆,虽然在销量上落后于老对手奔驰和宝马,但增幅却高出奔驰11%,这也意味着下半年还是存在弯道超车的可能。同时,奥迪也完成了年度计划销量(78万辆)的53.6%。具体来看,今年上半年,中期改款的奥迪A4L累计销售7.91万辆,同比增长49.1%;全新奥迪A6L累计销售达9.35万辆,位居30万以上高端轿车第一位,同比

26.7%。而奥迪Q5L累计销售达7.75万辆,持续领跑细分市场。

相较于走量的一汽奥迪,进口奥迪的热度也持续提升。数据显示,其进口车型累计销量达4.48万辆,同比大增148.9%。全新A5以及最美轿跑A7在大街上随处可见,S系列更是年轻人对于性能车的向往。

在豪华品牌第二梯队中,国产“劳斯莱斯”红旗上半年累计销量145,000辆,同比大涨107%,完成了40万辆目标的36%;上汽通用凯迪拉克上半年销量约为12.2万辆;沃尔沃上半年累计销量95,079辆,同比劲增44.9%,上半年销量业绩创历史新高。小编认为,二线豪华品牌想要挑战一线豪华品牌的难度依旧很大。从整体豪华车市场表现来看,还是延续了去年豪华车市繁荣的景象。除了消费升级带来的高端换车需求外,豪华车市场竞争激烈,降价换量的现象愈发凸显,虽然扩增豪车市场份额,但也加剧了BBA与其它豪华品牌的差距。

乘联会秘书长崔东树表示,国民可支配收入的增加促使居民的购买能力持续增长,对豪华车的购买意向不断提升;而按照汽车市场的销售规律,下半年有多个销售旺季,预计今年宝马、奔驰、奥迪在中国市场的销量很有可能突破80万辆,但想要突破百万辆难度仍比较大。那么下半年的豪华品牌市场,究竟谁能夺得年度销冠,我们拭目以待。

17.99万-25.09万 新帕萨特家族“双前脸”造型焕新上市

8月26日,B级轿车标杆新帕萨特正式上市,首度推出“双前脸”造型,进一步满足不同人群的个性化需求。新帕萨特提供280TSI,330TSI及380TSI三种动力总成,建议零售价为17.99万元—25.09万元;新帕萨特PHEV提供插电混动商务版、精英版及豪华版三款车型,建议零售价为21.39万元—23.89万元。

自2000年上市以来,帕萨特家族先后经历了6次换代,超过20次改款,凭借出色的产品力,收获超300万用户的青睐,也成为国内首款实现该销量数字的中高级轿车,B级标杆实至名归。焕新而来的新帕萨特,在上市形式上也做出全新尝试,将辩论擂台搬进直播间现场,上汽大众汽车有限公司销售与市场执行副总经理、上海上汽大众汽车销售有限公司总经理俞经民和上海上汽大众汽车销售有限公司党委书记兼

上汽大众大众品牌营销事业执行总监杨嗣耀以“WHO帕萨特WHO”的名义在线开杠,更有四位奇葩说辩手颜如晶、黄执中、毛冬、佳芮舌战现场,围绕“躺平”和“奔跑”两种不同的职场态度激情碰撞,生动诠释了新帕萨特家族所带来的“两种态度,一个世界”的全新价值主张。

双前脸造型 拥抱新时代

新帕萨特家族首度推出两款前



脸造型,在满足时代中坚力量需求的同时,积极拥抱新时代多元化的消费需求。全新设计的星空前脸采用更激进、前卫的设计语言,运用参数化方式排布点状造型元素,整个前脸传递出时尚动感的气息。另一款点阵式精工格栅前脸,延续了帕萨特家族的经典设计语言,更显精奢质感。

搭配横向发光灯带与两侧大灯相连,贯穿于前脸之中,未来感十足。黄金比例的车身线条依旧优雅迷人,双腰线与贯穿式LED尾灯完美连接,点亮时呈现云流水般的优雅律动感。

新帕萨特PHEV采用独特的C型LED日间行车灯,极具辨识度,更有PHEV侧标,彰显独特

身份。

玩转智能化 驾乘新体验

除了外形上的突破,新帕萨特家族对科技配置和实用性的追求一以贯之。颜值不凡的IQ.Light不仅能跟车主打招呼,还有超实用的功能。当车辆交汇时,可以实时调整大灯照射范围,不造成对方炫目的同时照亮更多面积,让驾驶更安全、更便捷。

在智能装备方面,帕萨特作为首款搭载MOS智慧车联系统的上汽大众车型,用一声“你好,大众”,就能开启一段舒心的旅程,语音控制、智慧导航、在线音乐电台、智慧停车、违章缴费等智

能操作都不在话下,你想要的它全知道。

新帕萨特家族搭载Travel Assist全旅程智能驾驶辅助系统,可谓名副其实的L2+级辅助驾驶。以ACC高级自适应定速巡航为例,可以实现全速域的道内巡航,无论直道还是弯道,无论怎样的速度,都可以解放你的手和脚,哪怕遇到早晚高峰,堵车绝不堵心,可谓职场通勤必备。

作为上汽大众B级车标杆,焕新升级后的新帕萨特家族,在继承商务基因的同时,将全新设计美学和时尚潮流融合,呈现关于豪华时尚与前卫时尚的全新表达,以更开放的姿态拥抱新时代人群。

(闻言培)

