

2019年车市销量榜单揭晓——

88家车企中有58家销量下滑

全国批发销量2110.70万辆，同比下降9.2%

近日，乘用车市场信息联席会发布的销量数据显示，2019年1-12月，全国狭义乘用车累计批发销量2110.70万辆，同比下降9.2%。这也印证了2019年年初很多专家预测“2019年将是中国车市最糟糕的一年”这一论断。从整个大盘来看，88家车企中有58家销量都是下滑的，这个比重达到65%。值得一提的是，58家销量下滑的车企中，有44家是自主品牌，比重超过75%，这也意味着，随着自主品牌在SUV市场的日渐式微，自主品牌的市场份额再度从过去三年的40%以上，滑落至38.9%，一下回归到2015年SUV市场刚刚迎来爆发的时刻。

南北大众分获冠亚军 吉利是自主品牌最大亮点

从车企销量排名来看，南北大众在车市寒冬中突破200万辆实属不易。今年排名车企第一的一汽-大众以0.5%的微增长实现了204.61万辆销量，连续第三年进入到200万辆俱乐部，也是继2014年一汽-大众夺得乘用车销量冠军之后的再度回归。

痛失冠军的上汽大众终于还是守住了200万辆的门槛，最终仅仅多出1777辆。从今年上汽大众销量的下滑到SUV常青树途观的败北，从帕萨特“碰撞门”的风波到年底丢失销量冠军，上汽大众的2019年并不太平。

第三名上汽通用从2017年的200万辆一路下滑，2019年全年收至160万辆，全年下滑幅度达到18.7%，市场份额也从2018年的8.5%下滑至7.6%。

紧追上汽通用的第四名吉利汽车在2019年拿到了136万辆的成绩单，同比下滑了9.3%。2020年吉利汽车确定了140万辆的年销目标，今年也即将有6款新产品推向市场，不出意外吉利将尝试赶上上汽通用进军前三强，而这个情景也在2019年的部分月份得以

出现。

其他自主品牌中，长城汽车、长安汽车分别位于第七、八名，销量分别为91.15万辆、80.33万辆。上汽乘用车、奇瑞汽车、比亚迪汽车、广汽传祺分别位于第十二、十五、十八、十九名。



德日瓜分半数份额 自主两极分化

纵使大众在中国市场遭遇日系的夹击，但因为SUV市场的持续推进和德系豪华车的精进，德系品牌依然在2019年风光无限。从全年的数据来看，德系品牌共完成销量518.95万辆，同比还增长了2.2%，市场份额也从2018年同期的21.8%上涨至24.6%，甚至部分月份高达25%的市场份额。

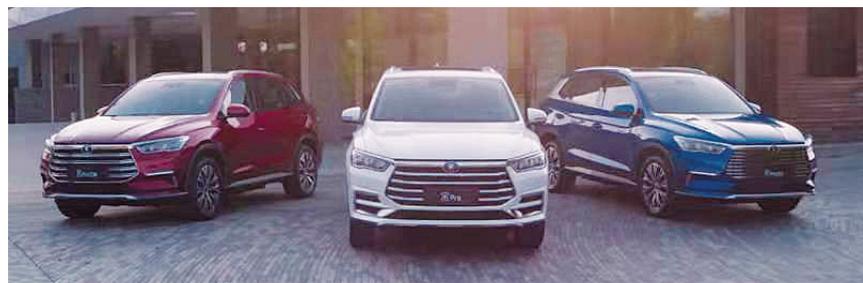
日系品牌自然不用说，过去两三年在中国市场野蛮生长之际，日系品牌表现得不徐不疾，依然凭着自己的感觉走，但当市场进入萧条期，日系品牌所呈现出来的韧劲，则爆发出巨大的能量。从各个车企来看，日产、本田、丰田都在全年实现了销

量的同比正增长，整个日系全年销量收于469.39万辆，同比增长3.9%。从份额来看，日系的市场份额从2018年同期的19.4%上涨至2019年的22.2%，上涨了2.8个百分点。

虽然自主品牌是中国车市中比重最大的部分，但也是水分最严重的领域。特别是在SUV市场退潮之后，自主品牌更是遭遇了沉重一击。59家自主品牌中，销量下滑的车企达到44家，其中有一半的自主品牌销量腰斩，自主品牌羸弱的态势依然延续。自主品牌全年累计销量达到820.49万辆，同比下滑15.3%。

不过纵使自主品牌整体表现不堪，却也不乏头部的自主品牌在市场和销量方面均有不错的拓展，比如长城汽车的市场份额从2018年的3.9%上升至4.3%，长安汽车的市场份额从2018年同期的3.7%上涨至了3.8%，另外上汽乘用车、奇瑞汽车的份额比重也分别上涨了0.2、0.6个百分点。同时头部车企的轿车和SUV产品竞争优势不断加强，分食了不少来自美系、韩系、法系等系列的的市场份额。

美系品牌的份额依然保持持续的下降，从过去的10.6%下滑至2019年的8.8%，2019年全年美系车的销量跌幅高达24.9%。通用、福特、Jeep，每个品牌似乎都遭遇了前所未有的困难，难道说美系品牌在中国市场夺回话语权，仅仅只剩特斯拉和马斯克了吗？（杜余鑫）

销量五连涨
宋Pro月销超2万背后的秘密

2019年，国内汽车市场整体销量呈下滑趋势，但是，一些车型的细分市场中却不乏亮点，其中国产SUV市场中的最大黑马当非比亚迪宋Pro莫属。

据统计，宋Pro自2019年7月11日上市以来，不仅首月订单过万，还实现了销量五连涨，累计销量已达92051辆，连续5个月销量破万，11月、12月销量均破两万。它成功的秘密何在？

——燕都融媒体记者 王学峰

超高颜值成功为宋Pro圈粉

见过宋Pro的车友，很多人会被它时尚、运动而炫酷的外观所打动。在外观设计上，宋Pro首次采用Dragon Face 2.0设计语言，将龙元素运用于整车，东方美学与德式精确完美融合。宋Pro整车看起来气势十足，龙脸造型再“进化”，更粗壮有力的“龙须”线条、大尺寸镀铬中网配合层次分明的前包围，营造出前脸的厚重感和力量感。“龙晶”大灯深邃传神，“777”龙爪形LED灯柱极具辨识度，LED头灯带来很强的科技感。这些最新的家族特征让其拥有了更为时尚和精致的外观，吸引了众多消费者的目光。

加大空间充分满足家用需求

宋Pro定位家用SUV车型，以“Pro”之名，行大空间之实，拥有2712mm的轴距，大五座的空间设计最大限度地保证了车内乘员的乘坐空

间。长510mm的后排座椅，最大110° 11挡可调，给后排乘客提供了可以随心所欲的空间。

宋Pro独有的12.8英寸中控屏是内饰一大吸睛的配置，可以说是中国品牌的首创。内核集成的DiLink 2.0智能网联系统拥有400万+APP应用，娱乐性极高，并且支持语音控制。同时，宋Pro还拥有L2 Plus智能驾驶辅助技术，彰显科技感的同时也兼顾了行车安全。

三种动力树立A+级SUV
各细分市场新标杆

宋Pro为国际大师智造，全面覆盖8.98万元-21.98万元的中国一至四线城市主流家用价格区间。全系自动挡，同时提供燃油、双模、纯电三种动力。宋Pro燃油搭载1.5TI发动机+6速自动变速器黄金动力组合，前奔驰S级底盘调校专家汉斯，给予宋Pro德系豪车级底盘调校，操控更平稳、乘坐更舒适。宋Pro DM四驱性能版，首次搭载P0+P4混合动力架构，堪比V6发动机，只需6.5秒即可破百，百公里综合油耗仅为1.3升。宋Pro EV运用了e平台技术最新成果，为消费者带来500公里+超长真续航、超低能耗、最大70千瓦极速快充以及舒适的驾乘体验。

宋Pro满足了Pro时代用户对“一辆好车”的全部想象，好的产品必然带来强大的竞争力。年关将至，相信比亚迪宋Pro一定会继续突破现有紧凑型SUV市场格局，站上销量新台阶。

2019年汽车色彩报告：白色最受青睐

无论是行驶在美国的州际公路、欧洲的或是亚洲的高速公路系统，人们看到最多的都将是白色汽车。这是《2019年巴斯夫汽车原厂漆色彩报告》的主要结论之一。在全球范围内，大约39%的汽车为白色。除白色外，黑、灰、银是另外三种最受欢迎的非彩色系，共占2019年整体汽车产量的39%。这一趋势也体现在最受欢迎的车型SUV市场中。

然而，世界上不只存在黑白两种颜色。2019年，全球有22%的新车采用了彩色喷漆，其中约9%为蓝色，7%为红色。

据调查，在欧洲、中东和非洲地区，白色呈下降趋势，灰色更受欢迎，米色崭露头角。在欧洲，几乎每四辆汽车中就有一辆是彩色。在彩色细分市场中，蓝色仍以11%的占比一枝独秀。蓝色大约具有160种不同的色调，在色彩多



样性方面也处于领先地位。与全球趋势类似，北美地区大多数汽车很明显是白、黑、银、灰等非彩色，占比约为77%。但与全球趋势相比，该地区最流行的白色只占整体市场份额的29%，因此颜色分布更为均衡。

白色在亚太地区比其他地区都更要受欢迎，占比高达49%，即几乎每两辆车中就有一辆是白色，珍珠白尤为受欢迎。（盖世汽车网）

先一步 鉴未来
吉利ICON区域先享品鉴会·石家庄站启幕

本报讯（燕都融媒体记者刘勇）1月17日，先一步 鉴未来——吉利ICON区域先享品鉴会·石家庄站在省会万达广场精彩启幕。活动现场，吉利ICON为现场的嘉宾及媒体朋友创新打造“ICON星球”，全面展现了吉利ICON作为未来科技SUV的实力。

在英文里，ICON的释义为图标，崇拜对象，偶像。而对于吉利ICON而言，它凝聚了全球力量，颠覆了吉利现有车型的设计风格，采用一种全新设计语言，在车界，它是独特的，科幻的，前卫的，它代表着突破、创新、极致、定义未来，是当之无愧的ICON。

外在科幻，充满了未来感。首先从ICON整体的造型来看，线条感十足，所以各个表面上都同时营造出了丰富的



层次感。内在豪华，充满了高端化。吉利ICON定位于紧凑型SUV，内部空间体验感很好，而且因为车内采用了很多软质材料，所以包裹感和柔软程度都比较好。

动力部分，吉利ICON搭载的是1.5T+48V轻混系统，匹配7速双离合变速箱，百公里加速约7.9s，动力强劲。