

2023年过半,10家车企销量完成率公布

晓欧 文

7月,上市车企纷纷交出上半年销量成绩单。据乘联会初步统计,今年以来乘用车市场累计零售952.8万辆,同比增长3%;新能源汽车累计零售305.9万辆,同比增长36%。从年销量完成率来看,已公布销量的10家上市公司年度目标完成率均在50%以下,其中理想汽车、广汽集团、长安汽车、吉利汽车、比亚迪均在40%以上,蔚来汽车、零跑汽车、小鹏汽车销量完成率仅超过20%。

比亚迪年度销量目标尤为激进,因此其目标完成率也备受市场关注。在业绩发布会上,2023年比亚迪销量目标保底300万辆,争取翻倍增长至360万辆。

上汽集团仍是中国最大的汽车制造商,上半年累计销量207.16万辆,同比下滑7.28%,600万辆年销目标完成率为34.53%。上汽集团销量贡献主要来自合资板块,其中上汽大众上半年销量为50.33万辆,上汽通用为45.1万辆,而上汽通用五菱为52.01万辆,但三家合资公司的销量跌幅均在两位数以上。未来,上汽集团的增长来源将来自自主品牌,上汽乘用车上半年累计销量41.08万辆,同比增长12.3%。

广汽集团的情况与上汽集团类似,上半年累计销量116.3万辆,销量完成率为44.05%,其销量主要来自合资板块,其中广汽丰田为45.28万辆,广汽本田为28.99万辆,但两家公司均出现下滑,特别是广汽本田,跌幅达

18.89%。未来,广汽集团的增长同样来自自主品牌,特别是广汽埃安,上半年累计销量20.93万辆,同比增长108.81%。

长安汽车的情况截然相反,自主品牌的表现要远超合资品牌。上半年,长安汽车集团累计销量121.57万辆,同比增长7.99%,目标完成率为43.42%,其中自主品牌为102.05万辆,同比增加13.39%。在2023长安汽车全球伙伴大会上,长安汽车总裁王俊曾给出非常具体的全年目标,即长安汽车集团销量目标280万辆,其中长安汽车100万辆,长安欧尚31万辆,深蓝汽车40万辆,阿维塔汽车10万辆,长安凯程27万辆,海外销量目标22万辆。

作为自主品牌,长城汽车上半年交出

32.45%完成率的同时,给下半年制造了比较大的销售压力。自4月开始,长城汽车销量开始实现增长,魏牌、哈弗品牌新车型的布局,为长城汽车增加了新活力,也成为长城汽车销量增长新源头。

再来看看蔚小理,目前三家车企的市场表现极具分化。理想汽车是新势力品牌中销量最高的,也是榜单中年度目标完成率最高的,为46.37%,其在6月销量首次突破3万辆。

相比于理想汽车,蔚来汽车和小鹏汽车则显得格外艰难,年度目标完成率均未超过30%,分别为22.27%、20.72%。不过,这两家车企有望在下半年实现反弹,蔚来新一代车型的陆续交付,小鹏G6的上市,都有可能再次带领企业实现增长。

吉利汽车6月销量137897辆,新能源渗透率创年内新高 连续5个月同环比双增长,上半年销量同比增长13%

晓崔 文图

近日,吉利汽车控股有限公司公布2023年6月及上半年销量数据:6月乘用车销量137897辆,同比增长约9%,环比增长约15%,目前已连续5个月保持同比、环比双增长。其中吉利汽车新能源渗透率约28%,再创年内新高。1—6月累计销量694045辆,同比增长超13%。

新能源销量创年内新高

6月,新能源(含吉利、领克、极氪、睿蓝)销量38572辆,同比增长约30%,环比增长约43%;1—6月,新能源累计销量157889辆,同比增长约44%,全面向新提速显著。

极氪6月交付10620辆,同比增长约147%,环比增长超22%,上半年销量42633辆,同比增长超124%。截至6月底,极氪累计交付120581辆,再次刷新豪华品牌交付纪录。

几何6月销量12701辆,上半年累计销量达82851辆,同比增长超52%。6月,熊猫mini多款改装作品携手杭州亚运吉祥物“江南忆”共同亮相西湖国风节,再次彰显其“国民出行新玩伴”的产品标签。

吉利银河系列首款车型吉利银河L7,首月销量达9673辆。目前,吉利银河L7第一万



台车已下线,多城交付已同步开启。7月6日,吉利银河系列新成员吉利银河L6也首次亮相,将与吉利银河L7组成“新一代超混CP”,加速开拓主流电混市场。

睿蓝汽车6月销量4211辆,环比增长约4%。6月9日,睿蓝7与睿蓝9携手亮相重庆车展,以双擎产品战略不断拓展C端市场。

多款经典序列产品上新

6月,吉利品牌(含几何)销量106691辆,

环比增长约15%,上半年累计销量达553250辆,同比增长超10%。经典序列产品持续热销:“中国星”高端系列销量25411辆,环比增长超19%,累计销量突破67万辆;博越家族销量达21564辆,同比增长约23%;双缤家族劲销114235辆,同比增长约17%。

6月6日,第4代帝豪2023冠军款正式上市,以全新升级的动力系统、新增的多项智能互联配置、6.19万元起的限时优享价格,续写帝豪家族荣耀。

为满足用户多元化需求,星瑞1.5TD版于

6月上市,带来智能出行新选择。

领克6月销量16375辆,同比增长超24%,环比增长13%,上半年累计销量达82037辆。领克还首次登上“2023BrandZ中国全球化品牌50强”榜单,持续引领中国汽车品牌向上发展。

出口销量持续高速增长

吉利汽车集团6月出口销量22627辆,继续保持高速增长;1—6月,集团累计出口销量121185辆,同比增长超38%。

其中,吉利品牌加速车型出海进程。6月,新Coolray(缤越)相继亮相巴林、厄瓜多尔。凭借年轻动感、炫酷科技、强劲动力等突出优势,Coolray全球销量已超71万辆。6月23日,新几何C在以色列正式上市。6月24日,Emgrand(帝豪)和Okavango(豪越)在伊拉克市场上市,以更丰富的产品线深化中东市场战略布局。

极氪正式登陆欧洲市场。6月28日,极氪001与极氪X正式在瑞典、荷兰开启预售,起售价分别为59490欧元(人民币约47.2万元)和44990欧元(人民币约35.7万元),以高端形象和尖端实力,打造中国新能源豪华车的世界名片。

上市即开启交付,交付盛典为你“增程” 深蓝S7全国多城同时大规模交付

雅婷 文图

日前,深蓝S7华东地区首批车主在杭州完成交付仪式。这是一场全国联动的深蓝汽车交付盛典。同一天,南京(主会场)、华中(青岛)、华北(石家庄)、华南(深圳)、西南(重庆)和华东(杭州)五大销售主力区域,八大仓交中心以及各省会、副省会和地级市店端均启动了深蓝S7的集中交付,做到了上市即开启交付,上市即成爆款。

高颜值,高配置,价格还实惠,作为深蓝汽车的第二款实力产品,S7预热阶段就吸引了市场一般的热度。

深蓝S7搭载EPA1全电数字平台。作为深蓝汽车首创的全电数字平台,该平台具有高效率、高性能、高智能、高安全等四大技术特征,兼容纯电、增程、氢电多动力形式,满足用户全场景电动出行需求。匹配原力超集电驱ALL in ONE,体积更小、传动效率更高,开创了“超级增程”品类的蓝海市场。

深蓝S7增程版本拥有最高1120km的超长综合续航里程,可实现长途出行需求,无需

沿途寻找充电站,加油即走。在CLTC工况下,最高200km的超长纯电续航里程,不仅满足环保低碳,实现日常通勤的需求,更大幅降低用车成本,集纯电和燃油优点于一身。

深蓝S7创新推出可编程智能交互灯,可实现行人礼让、行车状态提醒、特殊场景动画等效果,用户可以实现灯语自定义,提升个性化和可玩性,让科技更具温度感。同时自定义交互灯效拥有自定义编辑功能,并可实现投影交互。位于D柱的充电指示灯根据充放电状态呼吸闪烁,犹如林间飞舞的萤火虫,为用户营造出浪漫炫丽的视觉效果。

传统座椅的逻辑是身体大部分重力都圈定在乘客臀部,而深蓝S7的“零重力座椅”能够通过结构设计,让臀部、腿部、背部均匀分担身体的重力,模拟出太空舱般的“零重力”体验,匹配4向电动腿托、主驾16向、副驾14向电动调节、8点式按摩功能,可120°躺平,为用户带来远超期待的高端体验。

深蓝S7中控屏尺寸达15.6英寸,全屏显示更清晰,行车操控更简单,中控屏可左右各15°旋转。副驾区域创新设置12.3英寸超感



智慧屏,可实现联动分享等功能。

深蓝S7还拥有星能之瓣日行灯、1.9平方米揽星全景天幕、电动遮阳帘、无框车门等31项越级配置;iBC数字电池管家,能有效避免电池热失控。

深蓝汽车首款战略车型SL03上市即成爆款,快速成为单月交付破万辆的新能源品牌,重塑中型新能源市场格局;首款SUV车型深蓝S7在品牌战略发布会的当天开启交付,用硬核实力再次谱写全新篇章。