

SUV市场格局重塑：15强中自主品牌超半壁江山

本报记者 陈燕南 北京报道

“哈弗H6一直以来就是爆款车型,所以价格幅度不大,大概只能优惠一万元。”长城汽车的销售人员告诉《中国经营报》记者。“由于比亚迪全系车型处于供不应求状态,再加上现在现车较少,提车需要等待1~3个月。”比亚迪的销售人员告诉记者。

近日,乘联会公布了2022年11月销量数据和排名。数据显示,11月国内狭义乘用车市场零

售销量达164.8万辆,同比下降9.3%。其中,11月SUV销量77.1万辆,1~11月SUV累计销量838.1万辆,同比增长1.3%。

记者梳理发现,此前SUV销量榜单通常是由自主、合资品牌各占半壁江山,但是目前SUV的格局正在重塑。在11月的SUV榜单上,自主车型在前十五的榜单之中占据了9席。其中比亚迪凭借着比亚迪宋、比亚迪元PLUS、比亚迪唐盘踞榜单前五之中,与此同时,哈弗H6、哪吒V等自主品

牌也榜上有名。值得注意的是,此次BBA中的奔驰GLC、奥迪Q5L、宝马X3则凭借着高端车型顺利入围,其中宝马X3更是出现了逆势同比上涨21.04%的态势。

中国教科院体制所副所长张家勇向记者表示:“SUV汽车市场与智能手机市场有着相似的发展态势,从市场占有率看,自主品牌开始发力追赶,已经超越传统占优的部分合资、外资品牌。一方面,说明自主品牌汽车得到了更多国人的认可,特别是在新能源

汽车上,部分自主品牌已经实现弯道超车。另一方面,自主品牌在核心技术、关键零部件等方面的挑战仍然存在,掌握电池、电机、电控等核心技术的自主品牌并不多,因此自主品牌的利润率并不高。目前国内汽车市场趋于饱和,已经走过高速增长时代,购买需求开始走向中高端,SUV本来就是面向中高端消费需求,未来高端化走势明显。走差异化竞争路线,积极拓展海外市场,是车企的必然选择。”



SUV市场正处于整体向好的复苏阶段。

本报记者陈燕南/摄影

高端SUV突围

“减半征收车辆购置税会在2022年12月31日前结束,所以年底看车买车的消费者都特别多。”奔驰的销售人员告诉记者。

值得注意的是,在此次前五的榜单中,特斯拉Model Y、宝马X3、奥迪Q5、奔驰GLC等高端SUV均上榜,分别位列第二、第七、第十二、第十四位。

有分析认为,虽然整个SUV市场销量在11月出现了同比下滑,但BBA旗下三款车型入围SUV前五的榜单,足见消费需求升级的影响。同时,马上迎来春节,消费者对豪华车的需求或将进一步扩大。

事实上,自今年5月31日车辆购置税减半政策发布以来,德系高档SUV始终保持较高热度。“减半征收车辆购置税会在2022年12月31日前结束,所以年底看车买车的消费者都特别多,尤其是奔驰GLC的咨询量也比较大,因为它的价格区间正好符合政策中单车价格需低于30万元(不含购置税)以内以及2.0升及以下排量乘用车的标准。”有奔驰的销售人员告诉记者。

记者梳理发现,目前在高端SUV排名中,“一超多强”的局面正在形成。数据显示,2022年11月,特斯拉Model Y单月销量为52424辆,同比增长121.0%,位居当月高端SUV销量冠军的位置;宝马X3售出12632辆,同比增长21.04%;奥迪Q5单月销量为11162辆;奔驰GLC的单月销量为10642辆。

乘联会秘书长崔东树表示:豪车SUV市场容量很大,各家都有较

好表现。特斯拉占据领军位置,宝马X3走势较强。车辆购置税减半政策实施让豪华SUV市场增长的空间较大。

值得关注的是,2022年11月,国内造车新势力的表现同样优异,其中,理想L8和蔚来ES7均是首次进入月度高端SUV零售销量前十名榜单。数据显示,11月,理想L8单月销量为5293辆,位居高端SUV销量榜第七名。蔚来ES7的单月零售销量则为4897辆,位居高端SUV销量榜第九名。

有分析认为,中国是全球SUV最大市场,SUV新车渗透率已达41.2%。近年新能源SUV上市的车型明显增多,从数量上已与新能源轿车相当。

张翔对记者表示:“中国SUV市场潜力较大,随着人们收入水平的不断提高,SUV将越来越受青睐。这不仅因为其多功能,而且在于它的外观和内部大气,这也是由SUV既具有越野车的性能,又具有轿车的舒适性的特性决定的,同时,SUV也是高端和豪华的象征,现在SUV的功能也逐渐从越野车向城市用车进行转变。预计今后SUV会占领越来越多的市场份额。车企在SUV战略上,应该加大车型的研发投入,让更多的SUV产品上市,与此同时,要更多地往新能源、智能化、高端化方面进行发展。”

奔驰×阿凡达:潘多拉星球什么都知道

“I see you”
“I see you”
《阿凡达》一晃13年,当那两双澄澈的眼睛望向彼此,再次在潘多拉星球上说出这句简单的对白时,大道至简,一切仿佛从未走远。

很多人形容迄今保持全球票房领先的《阿凡达》是部影响深远的作品:这是一部真正意义上的3D电影;开启了数字影片时代;促进了IMAX影厅的商业化落地,最重要的是让更多的人爱上了去电影院看电影。《阿凡达:水之道》使用了更先进的高科技拍摄装备,将占地球面积70%的海洋作为背景,身肩“史上成功的商业电影”续作,立足于巨人的肩膀上,望向了更远的远方。

但对于热爱潘多拉星球的人而言,《阿凡达》系列电影只说了一件事:“我知道,不管去哪里,家,永远

保持勇敢的心 守护我们共同的家园

“如今,我们正在失去鲸鱼、海豚、鲨鱼,甚至是珊瑚礁。一百年后,当人们回首往事时可能会说:‘我们曾经拥有过这些美好,却没有好好珍惜’。”

当被问及《阿凡达:水之道》是科幻片不是纪录片,团队为何要大费周章拍摄出还原度极高的电影画面?影片导演、编剧兼制片人詹姆斯·卡梅隆(James Cameron)引用了探险家雅克-伊夫·库斯托的话作答——“你不会保护你不爱的东西。让人们爱上海洋的方法就是向他们展示海洋的美丽、复杂、壮丽和未知。”

而这,也是以《阿凡达》世界为灵感推出的梅赛德斯-奔驰VISION AVTR概念车的“心之所向”。吸取生命进发之美,照进可持续出行未来,生生不息。在此次联合推广活动中,VISION AVTR概念车也将再次返场。

梅赛德斯-奔驰集团股份公司传播与市场营销副总裁贝蒂娜·费泽尔(Bettina Fetzter)表示:“通过强

是我们的堡垒。”

地球,我们心中的潘多拉星球。12月16日,电影《阿凡达:水之道》在全球多地公映,这一次,它迎来了同样热爱“潘多拉星球”的品牌战略合作伙伴梅赛德斯-奔驰——从11月起,双方开启了主题为“地球,我们心中的潘多拉星球”的联合推广传播之旅。梅赛德斯-奔驰品牌旨在通过该传播活动传递“每一步都有意义。一同启程,共赴电动未来”的前瞻理念,在“2039愿景”的召唤下,呼吁人类重视降低碳排放,肩负起保护地球的使命。

梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会主席康林松(Ola Källenius)表示:“阿凡达是全球最成功的电影IP之一,其内核与梅赛德斯-奔驰企业精神及‘2039愿景’目标深度契合。我们坚持共同的愿景——尊

调技术与仿生设计的融合,此次宣传活动旨在进一步强化人与自然和谐共生的重要理念。12月16日启动的联合推广活动是梅赛德斯-奔驰与《阿凡达:水之道》主创团队携手打造的又一里程碑,也是迄今梅赛德斯-奔驰与影片方最深入的一次品牌联动。”

VISION AVTR概念车车名寓意“汽车的先锋变革”,外观采用了源自于自然的仿生设计语言,轮毂等地方设计借鉴《阿凡达》里的生命之树。车背的表面上有33个可多向移动的元件,可实现于驾驶员以及外界沟通。其座椅由不含动物成分的DINAMICA皮革精制而成,地板铺以创新的Karuun木材。其中,Karuun的原材料取自于藤,在印度尼西亚以手工采摘。车内并未配备方向盘,取而代之的是位于中控台上的控制单元。当乘客将手放在控制单元上,车辆便能够通过呼吸和心跳辨认出其身份,车辆的内饰也被唤醒,人机融合由此开启。同时,车内没有目力所及的按钮或开关,



重自然,保护资源。《阿凡达:水之道》联合推广活动为梅赛德斯-奔驰企业发展再谱新章,我们谨以此举向《阿凡达》系列电影中所呼吁的平衡环境、经济和社会福祉的理念致敬,这也是我们追求可持续发展商业战略的灵感之源。”

《阿凡达》是当下最具创新精神

各项功能可以通过感应操作。

“这次合作续写了VISION AVTR概念车的传奇,这款车型以潘多拉世界为基石,得以进一步展现共同的价值观——敬畏我们所生存的地球家园、促进可持续发展。期待与全球观众共赏新作。”詹姆斯·卡梅隆对再次与“志同道合”联手充满了期待。

在拍摄《阿凡达:水之道》之前,詹姆斯·卡梅隆曾用7年时间筹划拍摄了纪录片《深海挑战》——该片记录了他孤身一人下潜至海洋最深处(10898米)的全过程。自此,卡梅隆成为世界上为数不多的到达马里亚纳海沟的人。而这趟执着、艰辛、不平凡的海底探险,在他心中种下了守护蓝色海洋的信念,为《阿凡达:水之道》埋下了伏笔。

作为“志同道合”者,梅赛德斯-奔驰一直锚定的,亦是海岸线上太阳初升的远方。“每一步都有意义。一同启程,共赴电动未来。”在守护地球的旅途中,梅赛德斯-奔驰同样有着清晰的规划和坚定的践

行的电影系列之一,梅赛德斯-奔驰则身处“2022年全球品牌”前十之列(由品牌咨询公司Interbrand发布),二者携手有“高山流水”,更有“同行致远”——而最终的指向只有一个:守护我们心中那个可以让你放下一切防备、甜甜入梦的家。潘多拉星球知道,每一步都有意义。

行——根据奔驰“2039愿景”:2025年起,所有新发布的车型架构均为纯电平台;在2030年前,将在条件允许的市场做好实现全面纯电动的准备。最晚到2039年,实现新车阵容全价值链碳中和。在新车阵容之外,奔驰也致力于实现碳中和方式生产。工厂可持续化改造、产品材料甄选,提升可再生能源发电比例,与此同时,供应商、经销商以及技术合作伙伴的碳足迹也都被奔驰纳入全价值链碳中和计划的考量体系中。

“保持勇敢的心,守护我们的家园。”在电影的尾声,男主人公笃定地对女主人公道。终于,我们看到,《阿凡达》系列电影讲的不是外星人,而是我们人类自己。它呼吁我们找到一种科技化的生活方式,发挥科学和技术最大的益处,努力找到一种更平衡的生存方式,进而更好地理解自然世界,重新去亲近自然。

奔驰×阿凡达,让我们看到,“志同道合者”已经出发……



EQ之道 未来知道

“我看到了一个瑰丽新世界,就仿佛我梦中无数次到过的地方一样。”近日,运用《阿凡达:水之道》电影中的独家片段,结合生机盎然的地球之美,全新EQS纯电SUV“先遣片”因“每一帧画面都来之不易”被广泛关注,观众看到的画面亦如女主人公的内心独白。在半小时的“先遣片”中,从绮丽雨林到蔚蓝海洋,植物自由地向上生长,玳瑁海龟尽情地拥抱蔚蓝海洋,全新EQS纯电SUV穿梭其中,与《阿凡达》系列影片完美交融,再次驶向远方……

在此次联合宣传期间,在中国市场,作为基于EVA纯电平台打造的其首款SUV车型,全新EQS纯电SUV也将首次亮相,此款車型将以百分百碳中和的方式生产,重新定义了大型豪华纯电SUV的细分市场,提供全场景的豪华驾乘体验,更是视作可持续制造领域又一力作。此外,与之相得益彰的EQ系列视觉素材将在全球范围内推广,并覆盖电视、影院、数字和社交媒体等渠道,全面展示全新EQE纯电SUV所领衔的梅赛德斯-EQ家族魅力。

EQ之道,每一步都算数。全新EQS纯电SUV车身外壳使用的钢材有超过40%来自节约资源型材料,这些再生原料的重量超过100千克。这一方法不仅实现了50%以上的回收率,而且与高炉法相比,还能显著降低二氧化碳排放量。

目前,奔驰已拥有了清晰的

可持续电动化未来,每一步都是为了更靠近“地球,我们心中的潘多拉星球”。梅赛德斯-EQ品牌已有8款全球在售纯电车型,涵盖EQA纯电SUV、EQB纯电SUV、EQC纯电SUV、全新纯电EQE、全新EQE纯电SUV、全新EQS纯电SUV、纯电EQS以及EQV。此外,梅赛德斯-AMG还推出了3款基于全新纯电EQE、全新EQE纯电SUV和纯电EQS打造的高性能车型,至此,梅赛德斯-奔驰的纯电车型已覆盖各细分市场。而今年年初推出的VISION EQXX概念车为电动汽车技术和可持续未来,提供了切实可行的发展之道。于拉斯维加斯2020年国际消费类电子产品展览会展出的VISION AVTR概念车,则是梅赛德斯-奔驰设计师、工程师们为未来出行描绘出的绚丽蓝图。

最后,请你记住,《阿凡达:水之道》出现的巨大的图鲁鲸名叫“帕雅坎”(Payakan),是一种拥有高智慧的生物,跟纳美人相当。最终,跨越种族,与男主杰克的儿子洛阿克(Lo'ak)建立起了深厚的友谊,于是乎有了海报上动人的一幕。

而这,或许也是《阿凡达》系列电影的内核——“我看见你(I see you)”去真正地看见他人,不仅看见人的外在,更要看到他们的本质,接纳他们的真实。

“人可远去,精神永不会退场。”而这也包括,驶向远方永不凋零的心。 广告