



上海通用4月销售夺冠,新车君越表现突出,目前在市场上仍供不应求。

4月车市持续井喷

多数厂家销售创历史新高 上海通用再破4万辆

□时报记者 黄习伟

继一季度车市创造近百万辆销售记录后,4月我国乘用车销量仍然延续了高速增长。最新出炉的4月份乘用车销量数据显示,主要汽车厂家均创造了新高。上海通用以4万辆的销量蝉联月度销量冠军,而自主品牌奇瑞汽车则延续了迅猛的增长奇迹,4月销量突破了3万辆。

上海通用4万辆继续领跑

最新销售数据显示,上海通用4月份的销量为40270辆,同比增长78.1%,比上月增长11%,领先于一汽大众的3.37万辆。除上海通用以跨过4万辆大关的优势领先外,一汽大众、上海大众和奇瑞汽车4月销量差距相当小。上海大众以3.2万辆

微小劣势屈居第三,而奇瑞4月份的销量则达到创记录的3.19万辆。

1~4月,上海通用汽车共实现销售129,786辆,以近2万辆的优势进一步拉大了与第二名的差距。上海通用继续发挥了“多品牌”战略的威力,各款产品全线开花,其今年主推的战略车型别克君越和雪佛兰乐风分别销售了4671辆和4359辆,为月度总销量做出了22%的贡献;别克君越自3月下旬投放市场总销量已经超过7500辆,呈现供不应求的状态,预计随着2.4精英版的加入和3.0旗舰版的上市,三款车组成的君越阵营将继续冲击高销量。凯越销量达到15971辆,超过昔日霸主伊兰特近600辆;但别克GL8销量为2681辆,较上月下降了27%。值得一提的是,截止到目前4

月底,别克品牌在不到8年的时间里已累计销售突破100万辆

除上海通用等厂商外,在销量靠前的厂家中,多家厂家本月销量达到历史同期最高纪录。而这一良好的销售趋势在“黄金周”期间也得以延续。广州本田、一汽夏利的销量为2.45万辆和2.32万辆。二线厂家中,东风日产和神龙汽车销量分别为1.7万辆和2.1万辆。

奇瑞一季度销量跻身前三

在4月份月度销量数据上,奇瑞汽车表现相当抢眼。3.19万辆的成绩再次刷新了今年3月刚刚创下的2.65万辆的历史最高记录。这也是中国乘用车自主品牌企业首次突破月销3万辆的大关。4月份奇瑞汽车各产品全面开

花,QQ、新旗云近和新东方之子均创下销量新高,瑞虎则以2700辆的销量接近本田C-RV等品牌组成的SUV第一阵营。

从今年前4个月的总销量来看,上海通用以近13万辆的成绩巩固了领先优势,而上海大众则以近11万辆的成绩暂居次席,奇瑞的累计销量已经突破10万辆,并有可能超过一汽-大众而跻身前三名。

业内人士认为,上海通用在销量上扩大领先优势,得益于新推车型君越和乐风在其细分市场的不俗表现。而自主品牌汽车最薄弱的产品质量和品牌形象在近几年的发展中有了明显提升,因此,随着今年又一个汽车井喷年的到来,自主品牌在汽车市场中的地位也正日益凸现。

发改委公布新车公告 自主品牌 多款新车上榜

国家发改委网站近日公布了最新一期(第119批)汽车生产企业及产品公告,其中自主品牌一汽红旗、奇瑞、吉利等厂家有多款车型首次上榜。

一汽红旗将推出CA7204、CA7234两款新车。其中CA7234排量为2.3L,而在红旗所有的车型中,只有目前呼之欲出的红旗C301相互吻合,该车应为红旗C301(预计销售价格20~25万)或其未来的改进版本。

奇瑞汽车则推出了SQR6400、SQR7110、SQR7162、SQR7130、SQR7180等5款新车或者改款。其中编

号为SQR7130,从编码看配备的是1.3L发动机,排量介于QQ和旗云之间。在奇瑞的产品体系中,这一排量是一个空缺,而1.3L左右目前被认为未来市场的黄金排量。

吉利汽车汽车也有JL7100、JL7151、JL7185等三款新车上榜。其中JL7185尤其引人注目。从编码看,这款车配备的是1.8L排量的发动机,从排量上,只有吉利金刚1.8L比较吻合,但是也不排除是吉利目前最高端的车型吉利虎(预计售价6万)的可能,吉利虎也将装配1.8L的发动机。

时报记者 黄习伟

数据 一季度我国 整车出口数量翻番

商务部近日发布的数据显示,今年一季度我国汽车整车出口呈现出量增价更增的趋势,但轿车和越野车则相反,数量增幅远高于金额增幅。

据海关统计,今年一季度我国汽车整车(含成套散件)出口62628辆,出口金额64696万美元,同比分别增长139%和

204.5%。其中轿车出口16813辆,金额11676万美元,数量同比增长458%,但金额增幅只有302%。越野车出口565辆,金额571万美元,数量增长334%,金额增长只有120%。这说明出口轿车和越野车平均单价比上年同期有了较大幅度的降低。

唐唐

福特翼虎 一季度销售创新高

4月30日,福特汽车(中国)有限公司宣布,旗下的进口紧凑型SUV福特翼虎在2006年第一季度销量达到863台,同比增长32%。在进口紧凑型SUV的细分市场创下业绩新高。

福特翼虎2004年开始进入中国市场。今年4

月1日我国实施了新汽车消费税政策,福特翼虎所在排量区间车型的消费税率从5%上升到了12%。但福特中国并没有像其他SUV厂商一样涨价,而是决定内部消化由此增加的成本,维持售价28.8万元不变,性价比更加突出。

时报记者 马海燕

车坛黑马 奇瑞汽车1~4月销量已超10万,为此特调高全年产销目标 奇瑞:年内超一汽大众进三甲

最新数据显示,截至今年4月底,奇瑞汽车销量已超10万辆,而4月份奇瑞2.0L排量以上的汽车已超7000辆。在完成第一阶段任务后,奇瑞近日宣布将调高全年产销目标,而整体目标则是进入行业前三甲。4月份借助新东方之子和A5系列销量的提升,“靠QQ闯天下”的奇瑞开始毫无争议的跻身主流车商行列。

奇瑞构建四二二阵营

2005年,奇瑞虽然以18万辆的产销量排名行业前十名,但90%以上的产销量都是QQ和风云贡献的,在中高级车市场,东方之子乏善可陈。

今年以来,为了改变这一格局,奇瑞汽车在品牌提升和产品结构上作出了积极的调整,实施了“奔腾06”战略,在品牌形象、产品品质、售后服务以及备件领域全面提升。此外,还推出了新东方之子和A5两大系列产品。通过持续发力,4月份开

始收到成效。奇瑞4月份2.0L排量以上的汽车已超7000辆。这一数字在目前全国30多家生产2.0L排量以上的汽车厂商中,已经可排名前十。奇瑞汽车销售公司副总经理秦力洪表示,“奇瑞在销售产品结构上已经给自己明确了目标,最终形成小排量车4成,1.6L排量左右的占4成,2.0L排量以上的占2成,的四四二阵营。”

他还透露,在完成了第一阶段任务后,奇瑞汽车将在5月份对年度销售计划进行调整,由此前的28.1万辆调高到30万辆以上。秦力洪强调,今年奇瑞整体目标是要进入年度前三甲。从去年的统计数据看,通用和两个大众已经奠定了前三甲的地位,而奇瑞要挤入前三甲,意味着至少要超越一个大众。

A520标准型全面升级

据悉,为了强化“四二二”这一理想的产品结构,近期,奇瑞又对其寄予厚望的



奇瑞近期对A520标准型进行了升级。

A520标准型进行了升级。

据了解,与之前相比,升级之后的奇瑞A520有两大非常明显的变化,升级为铝合金轮圈,同时增加了以前仅用于奇瑞A520精英型和华贵型的中央门锁、遥控门锁、四门电动车窗以及电加热式电动后视镜等实用配置。此外,在安全性方面,

奇瑞A520全系产品标配了高速增压型雨刮器、高速行驶四门自动锁止装置、车内防眩目后视镜等高科技产品。

“在拥有更丰富的配置的同时,奇瑞A520标准型88888元的标杆价格仍将保持不变。”秦力洪强调。

时报记者 熊成明

车讯 广州本田蝉联 “中国最受尊敬企业”

“中国最受尊敬企业”评选日前揭晓,广州本田汽车有限公司等25家企业荣获“2005年度中国最受尊敬企业”称号。

广州本田副总经理蒋平在颁奖典礼上表示,广州本田过去一年不但在产品、生产和销售各环节坚持节能环保,而且还投入相当大的力量,投入到各种公

益活动中去。再获“中国最受尊敬企业”殊荣表明社会对广本的努力是认可和支持的。

据了解,目前在建的广州本田第二工厂按绿色环保工厂的目标进行建设,将成为国内汽车行业首家废水“零排放”的新工厂,体现了广州本田作为一个富有社会责任感的企业的努力。

唐唐

“丰田交通安全活动” 在日本开展

丰田汽车公司将从今年开始,联合丰田集团相关各公司,以4月份作为“全丰田交通安全月”,在日本广泛开展交通安全教育活动。在中国,同样开展了很多“安全”相关的活动。

此次在日本“全丰田交通安全月”的其中一项活动以“防止发生幼儿弹出车外事故”、“推进使

用后座安全带”为重点主题,利用丰田独有的启蒙教育工具来开展。丰田将向全日本的幼儿园及保育所的所有新生赠送265万本交通安全绘画教材。2005年丰田在中国也开展了同样是关注少年儿童交通安全的活动。此外,丰田还将在日本开展的安全培训活动推广到中国。

黄习伟