



衡阳新添一家广汽三菱 4S 店

日前，位于衡阳西外环路杨柳汽车城二期的广汽三菱衡阳市飞宇 4S 店正式开门营业。这是广汽三菱在衡阳的第 2 家 4S 店。

2018 年是广汽三菱大步迈进的一年。官方数据显示，广汽三菱 2018 年 1-11 月累计销量达 13.06 万辆，同比增长 23.2%。销量逆市上扬的背后离不开其渠道建设。2017 年，广汽三菱销售店已达 300 家，2018 年，广汽三菱持续向二三线市场下沉，加速销售渠道拓展，完成了更大范围的销售网点覆盖。

(谭遇祥)

全新 BMW X5 登陆长沙

近日，全新一代 BMW X5 在长沙梅溪湖艺术中心正式登陆长沙，此次上市的新车共有两款车型，售价 77.99-86.99 万元。

对于很多宝马的“铁粉”而言，新车内饰的提升是全新 BMW X5 的一大惊喜。全液晶仪表盘和中控屏幕的尺寸有所增加，达到了 12.3 英寸，并搭载了最新的 iDrive 7.0 人机交互系统，可触及部分采用大量皮质包裹，换挡杆、控制器、一键启动按钮、音量调节旋钮等配备了水晶质感组件，一系列的全新设计补齐了宝马 X5 曾被诟病的内饰短板。

宝马中国南区市场高级经理陈述修表示：“X5 是 BMW X 家族以及 SAV 细分市场的开创者，自 1999 年诞生以来赢得全球 210 多万车主的信赖，而进入中国以来的十多年中一直在同级市场保持毫无争议的领先地位。近 20 年来，它凭借强大的产品力，一直被模仿，但从未被超越。没有哪一款同级车型可以像 BMW X5 一样，把轿车的操控和舒适与越野车的尺寸和多功能性结合得如此完美。无论从设计的突破、高科技的应用、还是性能的提升，全新 BMW X5 都是 BMW 品牌成功的代表，开创性和市场领导力的代表。”

(刘宇慧)

比 2017 年少卖 130 万辆车 2018 这些车企却大幅逆市上扬

刘宇慧

随着 12 月的销售数据公布，2018 年国内乘用车市场大局终定。据乘联会数据，2018 年中国汽车销量出现了 28 年来罕见的负增长，1-12 月，国内狭义乘用车（轿车+MPV+SUV）累计零售 2235.1 万辆，同比下降 5.8%，比 2017 年少卖了 130 万辆；全年批发数据为 2323.7 万辆，下降 4%。

虽然车市整体走势不理想，还是有车企逆势增长。以比亚迪、吉利、上汽乘用车、广汽丰田、东风日产、奥迪、雷克萨斯为代表的“实力派”交了一份亮眼

的“成绩单”。其中，比亚迪、吉利、上汽乘用车、广汽丰田的增幅更是超过 20%，用实力诠释“强者恒强”。

比亚迪：同比增长 23% 新能源与燃油车平分秋色

近日，比亚迪公布了 2018 年销量数据。比亚迪全年累计销量 520028 辆，同比增长 23%。其中，新能源汽车年销 227152 辆，同比劲增 108%，销量几乎与燃油车平分秋色。

具体来说，王朝系列全面开花，唐家族、宋家族、秦家族、元家族分别达成了

62078 辆、225395 辆、65871 辆、41861 辆的成绩。就单个车型而言，表现最为亮眼的当属宋 MAX 和全新一代唐。作为比亚迪 2018 年的重磅旗舰车型，全新一代唐还未上市就已经凭借全新的王朝家族式外观和富有科技感的内饰引爆了消费者的关注，上市后销量更是迅速攀升，已连续 5 个月销量破万；MPV 车型宋 MAX 更厉害，连续 12 个月销量破万，全年热销 141068 辆。

吉利：同比增长 20% SUV 和轿车发展均衡

1 月 7 日，吉利汽车公布了 2018 年 12 月和全年的销量数据：12 月共售出 93333 辆新车，2018 年累计销量达 1500838 辆，同比增长 20%。从吉利的整体销量来看，近 10 款车型月销量过万，其中 SUV 阵营的全年总销量达到 857922 辆，占比 57%。另外，领克品牌全年累计销量达 120414 辆，给高端汽车市场带来了强烈冲击。

数据统计，2018 年吉利汽车售价为 15 万以下的销量占绝大多数。其中，“90 后”群体占比超过一半，消费群体更加年轻化，特别是受大城市青年的青睐。从另一方面来说，吉利在新能源领域也取得突破性的成功。在 2018 年 5 月，吉利发布了覆盖纯电动、替代燃料、混合动力和氢燃料电池四大技术的新能源动力系统，其中最高 15% 节油率的 MHEV 轻混技术也达到了全球领先水平。

上汽乘用车：同比增长 34.45% 新能源领域成重点

在 2018 年，上汽乘用车推出了多款全新重磅车型，比如荣威 MARVEL X、名爵 HS，同时，还对原有的产品进行全新的优化升级。上汽集团乘用车公司发布，2018 年上汽乘用车总体销量为

70.19 万辆，同比增长 34.45%，其中新能源汽车销量突破 9.6 万辆，同比增长 120%，连续第五年实现“翻番式”增长。刚刚上市不久的荣威 i5 在 2018 年 12 月销量就已突破 2 万辆。

广汽丰田：同比增长 32% 多点发力，逆势增长

据广汽丰田官方消息，2018 年广汽丰田累计销量为 580337 辆，同比增长 32%。其中，全新第八代凯美瑞年销量为 158822 辆，同比激增 97.3%；全新汉兰达的年销量再破十万辆；雷凌家族的年销量突破了 20 万辆，同比大增 20.6%。

在 2018 年初，广汽丰田就提出了 50 万辆的年销量目标。在 TNGA 架构的价值带领下，品牌力和产品竞争力一直保持着高质量的增长。在年中还两次上调过年销量目标，最终确定为 58 万辆。除了品质力强外，售后服务也是一大“利器”。在 2018 年度中国汽车售后服务客户满意度调查(CAACS)中，广汽丰田荣获合资品牌客户满意度第一。因此，即使在车市的“寒冬期”，广汽丰田也能取得如此优秀的业绩。

小结：

强者恒强，在车市整体颓靡的“寒冬”，上述车企之所以能实现逆市大幅上扬，离不开其强大的产品力和品牌影响力。只有提高产品自身的溢价能力，用新技术和高水准的服务提升用户体验度，才能将用户留存自己的体系中。

负增长的 2018 已经过去，已经开启的 2019，车市预期并不乐观。负增长的时代或将延续，当竞争加剧，哪些车企能续写辉煌？且让我们拭目以待。

“三真驿道”品牌发布 汽配物流迎“搅局者”

汽配物流行业迎来了“搅局者”。日前，北京三真车联信息技术有限公司正式发布“三真驿道”汽配物流品牌，通过连接汽车后市场的零配件供应商和汽车修理厂的供需双方，打造专业的汽车配件配送网络，提高汽车后市场整体运营效率，降本增效。

“此次发布的物流管理系统‘三真驿道’打破了传统物流公司挪用发货代收货款等行业弊病。我们全新制定了‘2 小时货到，1 分钟款到，全配送流程可视化’的行业高标准，彻底解决物流市场货款安全的问题。”三真车联 CEO 郝军表示，“三真驿道”以物流系统为基础，在纵向数据、横向资源上深入挖掘整合，为各省分公司在原物

流业务基础上开拓市场、创新转型、降本增效等方面提供了完备的解决方案。

据悉，北京三真车联信息技术有限公司成立于 2015 年 12 月，“三真驿道”是其依托自身资源、运营管理能力，针对汽配物流行业积弊而精心打磨的品牌。在具体业务模式上，三真驿道通过与银联合作，不压货款、实时到账，从根本上保证了用户的资金安全，解决了汽配物流环节中最大的痛点。服务方面，三真车联为配件配送全程提供了全流程物流信息可监控化的系统，方便客户端的运营管理。另外，三真驿道在同城配送业务基础上，还实现了地县级支线业务、跨省运输业务等多种模式的拓展。(何尚武)

奏响合资 B 级车最强音 东风日产第七代天籁 ALTIMA 智耀星城



东风日产第七代天籁。



因”，座椅宽大厚实，包裹性和承托性都非常好，长时间的乘坐也不会疲惫。

动力：加速同级第一

动力方面，第七代天籁搭载 2.0L VC-TURBO 可变压缩比涡轮增压发动机，其中 2.0T 车型与刚上市的英菲尼迪 QX50 搭载的是同一款“心脏”。它采用了可变压缩比、可变燃油喷射、可变燃油循环、可变多路径水冷控制和可变排油泵等五大可变技术，以做到将燃油效率最大化。

上市即热销

年轻帅气的外形、澎湃汹涌的强劲动力加上东风日产一贯以来的舒适驾乘，使得第七代天籁甫一上市便赢得了市场青睐。在近期公布的 2018 年 12 月销量数据中，东风日产天籁斩获 11990 辆，环比增长 6.6%。在其助力之下，东风日产 12 月全网终端销量达 134290 辆，环比增长 20.9%；

2018 年累计全网终端销量为 1166696 辆，同比增长 3.9%，再创同期新高。这是东风日产连续四年销量过百万辆。在车市整体增长为负数的“寒冬”，位列合资品牌第一梯队的东风日产逆市上扬，跑赢大盘，如磐山般屹立于百万销量之巅。

唯强者进，唯创新者赢。东风日产的成功离不开其强大的品牌力与强劲的产品力。近年来，在汽车“新四化”的大趋势下，东风日产在不断地自我蜕变、自我进化，持续推进品牌由年轻向智能进化。而第七代天籁正是东风日产积极践行年轻化与智行战略的产物，它不仅完成了从“中庸大叔”到“运动帅小伙”的蜕变，在外形上进一步迎合年轻消费者；还搭载了强劲的动力系统与高度智能的辅助驾驶系统，6.42 秒的百公里加速成绩和“合资量产车型中首款实现 L2 等级的智能驾驶辅助车型”的标签使其在 B 级车市场中含含金量颇高；再加上其在驾乘舒适度方面的经典传承，使得第七代天籁市场综合竞争力不凡。

凭借第七代天籁强劲的产品竞争力，再结合消费者特别是年轻消费者在其上市前宣传预热的热切反应，不难断定，第七代天籁成为合资 B 级车销量新标杆只是时间问题。

(刘宇慧)

近日，一条《搭乘第七代天籁 ALTIMA 走进长沙这 30 年》的 H5 刷爆了长沙人的朋友圈，大家在回望长沙城区 30 年旧貌换新颜的过程中，感叹时光的力量。有人惊讶地发现，在长沙飞速发展的这 30 年，有一款车型一直陪同这座城成长、蜕变，它就是天籁。而今，新的纪元开启，全新换代的第七代天籁也翩跹而至。

笔者获悉，东风日产旗舰车型——第七代天籁将于本周六(1 月 12 日)在长沙新地标——IFS 国金中心正式登陆湖南。为新车上市造势，主办方煞费苦心，不仅提前在潮流人群最集中的五一商圈布下展位，还发起了地铁、影院、微信朋友圈的立体式宣传攻势。而其所到之处，也遍布“迷弟”“迷妹”——在五一商圈的城市展位，东风日产第七代天籁被前来看车的消费者团团围住，俨然“流量大明星”。这位即将登场“大明星”是何来头？它有哪些亮点？我们先来一睹为快。

气质：脱胎换骨

在长沙，位于五一商圈的 IFS 国金中心是地标一般的存在，它不仅是湖南之巅，更是时尚潮人的聚集地，是年轻人相约“打卡”的地方。而即将在这里宣告湖南地区上

市的第七代天籁不仅是合资 B 级车的标杆，也是年轻时尚的“代名词”。

作为东风日产旗舰车型，第七代天籁采用了与美版一致的设计风格，外形可谓“脱胎换骨”，此前朴实中庸的“大叔”形象不复存在，摇身一变成为运动时尚的年轻“帅小伙”。

全新的 V-Motion 2.0 家族理念被第七代天籁毫无保留的接收，前脸 V 型大嘴造型更加夸张，品牌辨识度得到进一步强化。两侧角度尖锐的大灯组合搭配下方梯形的进气格栅和两侧雾灯下方的铲型前唇造型，让原本就基本平淡的天籁在这一台车上呈现出一股狠劲。

在车身尺寸方面，第七代天籁也经过了加长加宽的处理，4901mm 的车身长度在尾部修饰以及腰线的衬托下，显得非常修长；2825mm 的轴距则保障了其在空间层面的乘坐舒适度。不仅如此，第七代天籁承袭了东风日产“行走的沙发”的优秀“基



东风日产第七代天籁引得消费者纷纷驻足。



(本文图片由东风日产提供)