

# 上汽大众销售再创新纪录

## 2017年206.3万辆位列乘用车市场第一



青年报 程元辉

新年伊始,各厂家的销售量数据已陆续出炉。2017年上汽大众实现销售2063077辆,继续蝉联国内乘用车市场销量冠军,再创行业新纪录。其中大众品牌销售1730068辆,继续保持国内单一品牌销量冠军;斯柯达品牌销售333009辆,市场表现稳健。

在过去的一年里,上汽大众不断将“值得信赖、最具价值、富有创新精神”的企业愿景付诸实践,从用户需求出发,快速响应市场,实现创新研发、生产制造、营销服务等各环节的充分发展。在此基础上,面对2017年汽车市场整体增速放缓的环境,上汽大众持续推进

“共创2025”战略的实施,以高品质的产品和服务赢得市场和消费者的认可,继2016年产销量突破200万辆后,上汽大众在“200万+”的产销高位上再度实现增长。

从各细分市场看,SUV市场,途昂、全新途观L与途观丝绸之路版组成大众品牌SUV阵营;随着柯迪亚克上市、柯珞克亮相,斯柯达品牌SUV战略也不断深化。

轿车市场,各级别车型持续发力,在各自细分领域展现强劲实力。A0级精品座驾Polo和晶锐赢得了众多年轻消费者的青睐;A级车市场,Lavida家族、桑塔纳家族、Lamando凌渡以及Rapid家族、新明锐家族联合发力,充分满足消费者多样化需

求;B级车市场,Passat帕萨特自2000年进入中国以来累计销售240万辆,斯柯达旗舰车型速派也在竞争激烈的B级车市场展现出不俗实力。C级车市场,德系行政级座驾PHIDEON辉昂增势强劲,推动品牌形象不断提升。

2018年,面对新的市场挑战与消费升级,柯珞克等多款全新SUV产品和升级换代车型将相继上市,插电式混合动力汽车也将投入市场。面向未来,上汽大众将继续以市场为导向,满足用户不断升级的消费需求,同时不断深入推动企业“共创2025”战略的实施,为企业新一轮发展持续注入新动力,为消费者打造更高品质的汽车生活。

### ■ 资讯

## 一汽-大众2017年产整车突破198万辆

青年报 程元辉

2017年12月28日,一汽-大众年产整车突破198万辆仪式在长春基地举行。从1998年年产5万辆,到今天一汽-大众年产整车突破198万辆,拼搏的一汽-大众始终走在高速发展的路上。伴随着第198万辆整车奥迪A4L缓缓驶下生产线,一汽-大众再次迎来满载荣耀的里程碑时刻!

活动现场,一汽-大众汽车有限公司董事、总经理刘亦功致辞,提出了对2018年的新要求。他说:“2018年一汽-大众将迎来产品大年,一系列新产品的高密度投放将为销售体系、生产体系带来新的挑战。我们要牢牢把握市场机遇,以变革开辟新的发展格局,与供应商、经销商伙伴联动,共同激发一汽-大众全体员工的活力,实现全体系的焕新升级,携手向更高的目标发起冲击!”

整车年产量突破198万辆,

是一汽-大众企业体系能力、综合实力的不断提升。

今年,长春基地、西南基地、华南基地均为198万辆的达成做出了巨大贡献,尤其是长春基地继2012、2013年后,再度实现了整车年产量的百万突破!而企业“2025战略”的发布、生产基地项目建设的加速,都将带来更丰富的产能储备,为挑战更高的目标打下坚实的基础。

活动现场,一汽-大众销售有限责任公司执行副总经理孙惠斌和一汽-大众奥迪销售部执行副总经理荆青春立足198万辆新起点,表达了以坚定信心直面挑战的心声。孙惠斌表示:“198万辆的突破是荣耀,更是挑战,销售部门的员工们将会越战越勇,为更多用户送去高品质的汽车生活!”荆青春说,“感谢生产部门的伙伴们,为一汽-大众打造高品质的汽车产品,让我们有机会为更多家庭实现汽车梦想。”

## 宝沃汽车2017年销量稳步提升

青年报 程元辉

随着2017年中国国内乘用车增速明显放缓,车市逐渐进入微增长时代,各大车企积极调整战略规划及产品布局以应对市场变化。德国宝沃汽车进入中国市场以来,稳步推进品牌及体系升级,在竞争激烈的2017年,通过品牌、产品、渠道等多方面共同发力,实现了销量持续增长。

### 产品矩阵初露锋芒

宝沃自2016年4月份首款SUV产品BX7推出后,时尚的外观和不俗的产品力令其深受市场认可,仅仅半年时间里就获得超过4万辆的订单。2017年宝沃陆续推出了BX7 TS、2018款BX5、2018款BX7等新车型。在今年第四季度迎来销量的提升,11月份宝沃汽车销量4778辆,环比10月份增长了17.2%。其中BX7环比增长37.2%,BX5销量3669辆,环比增长12.2%,在刚刚结束的12月,整体销量更是突破了6300辆,充分显示出宝沃在第四季度的持续发力。在中国市场开售两年来,宝沃以丰富的车型选择和不断完善的产品矩阵,在竞争激烈的车市中突出重围,表现出了强大的市场竞争力和良好的发展势头。

2017年是验证宝沃汽车品牌和产品的关键一年。如果说2016年是宝沃经销商开网铺货,试水中国市场的初步阶段,2017年宝沃继续深化拓展经销



商网络,稳扎稳打,全面夯实了终端渠道布局。到目前为止,宝沃在全国170个城市已经有近200家经销商成功签约和投入运营,辐射华东、华南、西南、西北、东北等多个重点区域,实现了中国市场的深度覆盖。另一方面,宝沃通过推进网络化、数字化的多元营销模式,在4S店之外搭建智能移动体验区等,丰富运营能力的同时进一步提升了终端的用户体验,也拉动了经销商单店销售能力的大幅提升。

### 整助力全球布局

2017年,宝沃在B-G-W全球战略指导下,加速品牌战略调整,以更具国际化视野和创新性的人才战略,在战略方向、产品实力、技术研发等领域创新突破,确保产品具备充分的市场竞争实力。

目前,宝沃将德国领先的“工业4.0”理念引入中国,建设

了拥有全球首条八车型智能制造系统的智能工厂,最高产能可达到每年36万台。宝沃的德国不莱梅工厂也在有条不紊的建设中,未来将成为宝沃新能源战略的大本营。除了中国和欧洲市场以外,目前宝沃已经在中东的巴林、卡塔尔、科威特、阿联酋以及伊朗等国家已经启动了市场布局。明年一季度,宝沃汽车还将在拉美和亚太地区开始销售,实现在近20个国家市场的战略部署。

依托全新的战略规划,宝沃在调整经营、夯实渠道的同时,在营销和产品方面不断创新。在营销模式上,宝沃提出以客户为导向、以经销商为重心的双擎驱动价值营销,实行品牌与产品双线并行,品牌助力产品销售,产品支撑品牌发展,实现两者同步发展,让用户、经销商置身开放、共赢、内生和可持续的创新营销生态圈中,实现价值最大化。

## 东风雷诺国产双车 全年销量增速超140%

青年报 程元辉

网络达到200家,销量突破7万台!2017年,东风雷诺在品牌、产品、网络以及研发生产制造层面全面发力,以组合拳优势强势出击、稳健前行,实现了销量目标达成、企业盈利性增长、网络健康发展的“三赢局面”,进一步提升了其作为主流合资车企的地位以及市场和消费者的信赖与认可。

2017年,东风雷诺国产双车全年销量达到72188台,同比增长140.6%,领跑合资车企。其中,科雷嘉累计销量达25732台,全新一代科雷傲累计销量达46456台,以令人瞩目的“东风雷诺速度”完美收官,并为东风雷诺在2018年——“2022愿景纲要”的开局之年取得新突破打下了稳固的基础。

2017年,东风雷诺在品牌建设层面发力,通过创新的体育及赛事营销、体验式营销等丰富的营销活动,深度释放“Passion for life”品牌影响力,推动雷诺百年品牌焕发全新激情。在体育及赛事营销上,东风雷诺连续冠名赞助武汉马拉松并打造了“打卡备战2017汉马”、“直通2018汉马”互动等丰富的营销互动玩法,同时,比赛期间,东风雷诺还推出补给站、专业排酸等贴近跑者需求的贴心服务,全新一代科雷傲更作为赛事引导车助力跑者享受运



动激情。通过持续赞助武汉马拉松以及不断创新的营销策略,东风雷诺在武汉马拉松中深深烙下了雷诺品牌印记,扩大了雷诺品牌影响力。而2017-2019连续三年总冠名女足顶级赛事——女足超级杯,把深受大众欢迎的足球运动与雷诺品牌融合,将雷诺品牌激情带给了更加广泛的受众。

东风雷诺的精细化运营,保证了经销网络的健康发展。目前东风雷诺全网络经销商100%保持运营状态,经销商盈利能力稳步提升。东风雷诺经销网络的精细化运营也有力助推东风雷诺整体服务水平的提升,从而受到广大用户以及媒体、机构的认可。

在全球售后满意度调研IACS 2017年排名中,雷诺品牌斩获第三名;在J.D. Power的调研中雷诺品牌排名显著提升,从2016年的第35名提升至2017年的第5名;而在中国汽车业界颇有影响力的“中国汽车服务金扳手奖”评选活动中,东风雷诺经销网点还荣获“2017中国汽车服务金扳手奖”、“金扳手服务体验店”称号。