9月，新能源汽车市场迎来变局

9月，国内乘用车市场创产销量新高。新能源汽车和SUV都迎来了销量的“大阳线”，新能源汽车销量同比近乎翻番。随着整体市场的强劲增长，细分市场排行榜的格局也迎来了大变盘。

NO.	SUV·当月	2020.9	2019.9	同比	NO.	SUV·当月	2020.9	2019.9	同比
1	哈弗H6	39168	30719	27.5	8	探岳	17215	21334	–19.3
2	本田CR–V	27447	19098	43.7	9	缤智	17072	10958	55.8
3	长安CS75	25180	19678	28.0	10	本田XR–V	16984	14460	17.5
4	途观	19722	20223	–2.5	11	奔驰GLC	15884	11694	35.8
5	荣威RX5	18630	16700	11.6	12	逍客	15553	18328	–15.1
6	丰田RAV4	18318	11077	65.4	13	奥迪Q5	15536	15176	2.4
7	博越	17513	19384	–9.7	14	奇骏	15168	17683	–14.2

NO.	新能源·当月	2020.9	2019.9	同比	NO.	新能源·当月	2020.9	2019.9	同比
1	宏光MINI	14495	–	–	6	比亚迪汉EV	3624	–	–
2	特斯拉(Model 3)	11329	–	–	7	理想ONE	3504	–	–
3	欧拉R1	5141	1710	200.6	8	全新秦EV	3474	–	–
4	埃安(Aion S)	4548	4006	13.5	9	蔚来ES6	3226	1726	86.9
5	奇瑞eQ	3823	2584	47.9	10	比亚迪唐DM	3032	1999	51.7

数据来源：乘联会 单位：辆、%

本报记者 王伟

细分市场排行榜单中，轿车榜单继续呈现“三国杀”局面，轩逸、新朗逸和卡罗拉的“三强”地位更加稳固，三者都是定位精准的家用车。SUV榜单中，哈弗H6的霸主地位继续得到稳固，感觉其他车型想要超越它有些难了。新能源汽车榜单中，造车新势力和传统汽车厂商都取得了不错的业绩。宏光MINI EV果然“不负众望”，一跃成为销量“一哥”，而装上了“刀片电池”的比亚迪汉表现也十分亮眼。

探究9月细分市场各车型的亮眼之处，记者感觉新能源汽车市场格局变化最大，特斯拉终于“不香”了，而有多少人还会记得曾经的“销量王”北汽新能源EV系列呢？

轩逸，定位精准妙处多

在9月的轿车销量榜单中，轩逸继续稳坐冠军宝座，并且同比增长51.2%，销量达到5.7万余辆，创下其9月最高销售纪录。其后两位是大众朗逸与丰田卡罗拉，而朗逸9月销量也逼近5万辆，追赶势头强劲。

新改版的轩逸与前几代车型相比，造型更年轻、更时尚，前后排座椅的垫子依然很宽厚，仍然是“沙发”般的大。轩逸的主要卖点在于，它是一款非常适合普通家庭的车型，有年轻的外观、平顺的发动机与变速箱组合、舒适的座椅、相对宽敞的空间，还有就是“舒适”的价格。这些都是目前消费者选择家用车的重要考量因素。在同级别合资车型中，日产汽车的空间较大，这也是日产抓住消费者的原因之一。尽管很多人说轩逸的发动机还是1.6L自然吸气发动机，变速箱还是祖传的CVT变速箱，底盘构造更符合老款车型。但这些也反过来证明，有时新技术不一定讨巧。轩逸还有一个日系车的标签。日系车最近几年在中国市场的整体表现不俗，谈到日系车，消费者的第一反应是省油、性价比较高，这些也成了轩逸的加分项。

哈弗H6，江湖地位仍难撼动

哈弗H6连续88个月夺得国内SUV市场销量冠军，这一纪录前所未有。积极改进以往的不足并加以弥补，使产品力更加全面、完善，这些是哈弗H6获胜的秘诀。

长安CS75多次在销量上逼近哈弗H6。想不到，这次本田CRV在销量上会更离销量标杆近一些。客观上讲，这次哈弗H6拉开追赶者的距离有些大，可以说碾压了长安CS75。记者认为最主要的原因可能是哈弗H6最近进行的升级明显好过长安CS75的升级，外观和内饰设计赋予了更多年轻化元素，配置上也尽量满足消费者，在驾驶层面也做出了一定程度的改进。第三代哈弗H6作为全新柠檬平台打造的第一款SUV，让人感觉更有诚意，价格更亲民。第一名从来都不轻松，第三代哈弗H6及时出现并接力，直接反映在9月份的销量上，该车未来或将推出混动、插混等多种动力系统，还可进行FOTA远程升级，这意味着它会拥有比目前更强的可塑性和广阔的前景。

宏光MINI EV，颠覆市场成“一哥”

果真，这次把“霸屏专业户”特斯拉Model 3从销量榜榜首位置拉下马的就是宏光MINI EV。五菱果然用自己的极致性价比策略，再次改写了国内新能源汽车市场的竞争格局。

五菱宏光MINI EV的火爆，除了其功能、配置、便利性，以及堪称“最便宜的电动车”价格等各种因素符合一部分消费者的需求外，还有一个比较关键的因素：作为能上绿牌的宏光MINI EV，你不用担心限购、限行，也可以上高速公路。实际上，宏光MINI EV成为新能源汽车领域“爆款”的背后，是国内微型车与低速电动车市场的巨大潜力。

不过，从另一个角度来看，像宏光MINI EV这类微型车，与以特斯拉、蔚来为代表的造车新势力的轿车、SUV车型在性能和配置上相比，各方面毕竟存在不小的差距。像特斯拉之类的车企更想夺取的是BBA等传统豪华燃油车的市场份额。但也许“不走寻常路”也是一种市场策略，有销量就有一切可能。未来，宏光MINI EV还将推出拥有更长续航里程的车型。

汉EV，比亚迪的翻身之作？

汉EV作为比亚迪品牌旗舰轿车，从7月中旬正式上市到最近两个月的市场表现来看，尽管并没有成为“爆款”，但是仔细观察市场情况，发现原先影响其销量的一个原因是被诟病交车迟缓，而在刀片电池和高性能电机控制模块的产能得到缓提升后，其销量也是稳步上升的。客观地讲，这样一辆起步价为22万元的车型市场表现还是可圈可点的。

在硬件方面有刀片电池，软件方面有颇受好评的Dlink系统，设计和调校更是由比亚迪高薪聘请的世界顶级大佬主导。该车设计语言虽然是由两位外国设计大师主导的，但是整体风格却充满了中国味，比较符合国人的审美。原先在产品上饱受诟病的内饰方面，这次也算取得了不小的进步。但是，比亚迪很难改变一直以来很喜欢为车型打造家族系列的做法，以不同的动力系统进行划分。正因为比亚迪家族车型的打造，这位原来的新能源车领导者始终摆脱不了“油改电”的形象——同一平台、同一车型拥有多种动力系统。比亚迪汉EV与DM一同推出，就表明汉早已准备好了传统内燃机的位置。

不知道这到底是不是缺点？即不是由真正意义上的全新纯电动车平台来设计、生产一辆纯电动高端旗舰轿车。相比其他“白手起家”的新势力，比亚迪显然走了一条与众不同的道路。

在比亚迪汉EV及其他车型的共同努力下，9月比亚迪终于扬眉吐气了一把，旗下新能源汽车销量达19881辆，同比增长45.31%，这是比亚迪新能源汽车销量连续下滑14个月后首次实现增长。

蔚来ES6，对标特斯拉还是有差距

蔚来和国产特斯拉的销量在今年屡创新高，但这两个品牌之间并未出现你死我活的状态，反倒是逐渐形成一荣俱荣的态势，开始真正抢占中国高端乘用车市场份额。

作为蔚来最畅销的车型，ES6售价35万元，有全铝车身、碳纤维底板，外加较亮眼的外观、内饰，还有被消费者称赞的服务，以及灵活的金融政策等卖点。

在自动辅助驾驶方面，蔚来是与特斯拉一样对此项技术进行自主研发的汽车公司。在记者看来，蔚来学了特斯拉的“直营”模式可能对其市场表现有支撑。与传统车企的4S模式相比，蔚来带来一个本质上的不同：对BBA客户负责的是4S店，对蔚来客户负责的是蔚来自身。蔚来在成立之初就把用户利益放在最高的位置上。这也为品牌赢得了前所未有的用户支持度，同时“反哺”了新车的销售。自2020年2月以来，经蔚来用户介绍而购车的用户比例达到70%。可以说，蔚来ES6销量增长，是该品牌体系化优势开始发挥作用的结果。近几年，无论是蔚来车主志愿为NIO DAY服务，还是小鹏邀请车主与知名战队“约战”，这些造车新势力成功的背后，都离不开车主和用户的大力支持和认可。

但是，深度对标特斯拉的蔚来相比特斯拉而言，还是有些差距的。以特斯拉Model 3为例，其之所以能够在高端中型轿车市场杀开一条血路，离不开“品牌力”“性能”和“价格战”这三大优势。特别是特斯拉“科技先锋”的形象深入人心，让习惯了BBA式豪华的用户非常有新鲜感，这让特斯拉在品牌层面至少不输给BBA。在性能上，特斯拉可以说相对更可靠，在操控及运动性方面优势更足。当然，特斯拉频繁的降价究竟是好是坏，众说纷纭。