

# 10月，细分市场强者恒强

10月，国内乘用车市场产销继续“高歌猛进”。值得关注的是，细分市场的龙头品种展现出了强者恒强的一面，无论是轩逸、奥迪A6还是哈弗H6，抑或是五菱宏光MINI EV、特斯拉Model 3，优势品种与竞品的差距正在拉大。

本报记者 王伟

纵观10月国内乘用车各细分市场排行榜单：在轿车榜单中，轩逸的地位更加稳固；SUV榜单中，哈弗H6

的霸主地位与挑战者的距离正在拉开；新能源汽车榜单中，传统厂商和造车新势力都取得了不错的业绩，五菱宏光MINI EV“不负众望”，继续超越对手，装上了“刀

片电池”的比亚迪汉表现也十分亮眼，特斯拉Model 3的地位仍相当稳固。细分市场的龙头车型展现出强者恒强的一面，这些车型的成功无疑是值得大家学习的。

## 奥迪A6L，科技感是最大亮点？

如果我们从2020年豪华轿车销量排名来看，会发现奥迪A6L全年占据着榜首的位置。对于奥迪而言，也许是A6L太热销，似乎“奥迪等于A6，A6等于奥迪”。10月奥迪A6销售16658辆，同比增长23.9%；1至10月累计销售14.6万辆，同比增长51.9%，成为高端轿车最畅销的车型已无悬念。

这一代的A6L越来越运动，一如既往的灯厂造酷，再加上线条更加凌厉，感觉年轻很多。行政的感觉渐渐淡去，科技感慢慢提升。作为中大型豪华轿车，奥迪

A6L指导价为40.98万~65.38万元。现在优惠幅度较大，如消费者

在某4S店购车只要满足在店内上保险等优惠条件，就可享受最高7.38万元的优惠。全新A6L在售价上做出了不少让步，而且它的不少基础配置都是以前全系车型所没有的。今年以来，奥迪A6L的持续热销也反映了国内车市明显的消费升级特征。从产品的角度分析热销原因：第一点是外观符合大部分消费者的口味；

第二点是内饰设计有档次；第三点是舒适性好、空间大；第四点是配置丰富。

有数据公司还根据购买过的该车的用户的留言，总结了奥迪A6L的口碑词云，最突出的几个关键词依次是：科技感、空间大、空间很大、LED大灯、外观最满意、外观大气、省油、油耗降低了。



## 哈弗H6，升级成功

哈弗H6在10月份销售52734辆，同比、环比增幅均达30%，累计89个月夺得SUV月度销量冠军。其中，第三代哈弗H6的10月销量达20775辆。全新换代车型带来颜值、配置、驾控等多个方面的升级，再次吸引了消费者的目光。

8月底，第三代哈弗H6正式上市，以具备整车FO-TA升级功能、5G扩展能力、非豪华品牌搭载循迹倒车功能的三大创新，以及2000Mpa热成型钢应用、具

备全场景AEB自动紧急制动功能、会思考的未来智慧座舱三大领先，最大化

地为用户带来个性化与高价值的全新体验。而于8月焕新上市的第二代哈弗H6也在产品力上进行了大幅升级，在外观、内饰上进行了重新优化设计，并新增H-Clean净化系统、全自动泊车等高感配置，在安全性能上也进一步作了强化。

据记者观察，哈弗H6



大幅领先竞品很大程度上得益于及时、成功的升级。要知道，8月以前，该车型与竞品的销量差距在逐渐缩小，7月份时，长安CS75与它的差距仅为300辆，而8月份开始，差距又逐步拉开，10月达到了夸张的2万辆！

## 宏光MINI EV，“一哥”地位稳固

继上月把特斯拉Model 3从销量榜首位置拉下马后，五菱宏光MINI EV10月继续保持“一哥”地位。“人民的代步车”宏光MINI EV在产品“硬核”实力驱动下，成为全球上市后最快销量“破万”的单一新能源车型。很明显，五菱宏光MINI EV用自己的极致性价比，吃掉了一大部分低速电动车的市场份额。在这个庞大的用户市场上，3

万元的起售价格会大大降低消费者的“试错成本”，更有助于新产品打开市场。在这个过程中，五菱品牌在三四线城市市场所积累的口碑也发挥了很大的作用。

相比最近几年市场上那些跟风的掀背SUV，五菱宏光MINI EV在做产品定义的时候没有随波逐流。正是基于新时代下用户的差异化需

求，该车诠释了上汽通用五菱深刻理解用户思维，以用户场景定义产品的内涵。



NO.	轿车·当月	2020.10	2019.10	同比	NO.	轿车·当月	2020.10	2019.10	同比
1	轩逸	55417	42630	30.0	8	雅阁	22675	19318	17.4
2	新朗逸	41357	46186	-10.5	9	雷凌	22459	20745	8.3
3	新宝来	39855	32371	23.1	10	帝豪	22059	18366	20.1
4	全新英朗	38120	29848	27.7	11	宏光MINI	20631	—	—
5	卡罗拉	35930	32964	9.0	12	逸动	20083	8264	143.0
6	速腾	35008	33374	4.9	13	迈腾	18924	15291	23.8
7	思域	26842	21972	22.2	14	凯美瑞	17414	15396	13.1

NO.	新能源·当月	2020.10	2019.10	同比	NO.	新能源·当月	2020.10	2019.10	同比
1	宏光MINI	20631	—	—	6	埃安(Aion S)	4630	4217	9.8
2	特斯拉(Model 3)	12143	—	—	7	比亚迪唐DM	3718	2016	84.4
3	欧拉R1	6269	1618	287.5	8	理想ONE	3692	—	—
4	比亚迪汉EV	5055	—	—	9	全新秦EV	3526	—	—
5	奇瑞eQ	4745	2414	96.6	10	科莱威CLEVER	3054	—	—

数据来源：乘联会 单位：辆/%

## Model 3，降价牌打得还香吗？

特斯拉Model 3的销量实际上是出乎很多人的意料的。按理说，10月1日的大降价，加上上海外牌限行新政的施行，很多人认为销量会飞起来。但销量突破两万辆的事情并没有发生，甚至还低于6月份的14954辆。

背后的原因有很多，如竞争对手增多、改款车型即将上市等，据说，其中最关键的两个原因是产能不足和欧洲市场大幅分

流。特斯拉官网最新显示的交付周期也从1~2周变成4~6周。种种迹象表明，产能应该是影响交付的最大瓶颈。虽然经过产线升级，Model 3的月产能大约达2万辆，但面对欧洲市场激增的需求，国产Model 3还要出口欧洲，大幅度分流了国内交付车辆。

不过，即使产能上来了，Model 3是否能成为爆款？记者还是带着疑问的。关键在于频频大幅降价这个猛剂是否对销量有利，真的还有待观察。有分析说，大多数消



位来看特斯拉车的消费者不约而同地担忧，下次降价又会是什么时候？

事实上，频频降价也恰恰证明了特斯拉的品牌实力

者都抱有“买涨不买跌”的心态，对于降价的产品，消费者往往抱有“一降再降”的心理期望。降价意味着贬值，新能源汽车本身就不保值，降价使得贬值率进一步上升，特别是降价之前已经高价买的消费者，经济损失远高于同级别的燃油车。记者在探店时就遇上几



## 汉EV，比亚迪要靠它翻身

10月份，汉EV/DM的销量达到7545辆，环比增长34.4%。汉EV作为比亚迪的旗舰轿车，于7月中旬正式上市。

从最近几个月的市场表现来看，尽管其并没有成为爆款，但销量也是稳步上升的。由于种种因素的影响，从去年开始，比亚迪汽车的销量就表现出疲软的走势。作为比亚迪最重视的车型，比亚迪汉能否成功将既决定比亚迪高端化的进程，也决定其颓势能否止住。

由于刀片电池的产能不能满足需求，所以比亚迪汉EV的实际交付量并没有追上销量的快节奏。不过，官方决定于今年年底前在弗迪重庆工厂内新建8条生产

线，或许在不久的将来，该车能创造更好的销量成绩。但是眼看新能源汽车的竞争越来越激烈，特斯拉方面又一而再、再而三地降价，如果比亚迪不能解决产能问题，导致汉EV的订单无法交付，那么，消费者恐怕很难有耐心继续等待下去，转而选择其他车型。

此外，比亚迪采用的“油电共享”平台也被消费者嫌弃，汉EV和汉DM就基于相同的架构研发，

DM车型需要预留油箱位置，所以无法采用专门研发的纯电动平台。虽然比亚迪开发的平台可以同时兼容燃油车、插电混动车和纯电动车，降低了开发成本，但是消费者可不管这些。现在很多购买纯电动车的消费者希望买到的是一款专属的、具有极高辨识度的车。特斯拉、蔚来、小鹏等车型其实都能满足这方面的需求，而比亚迪在这方面是有所欠缺的。