

业绩持续改善 保持稳健恢复态势

上汽集团5月国内销量同比增长

6月5日，上汽集团发布了2020年5月产销快报。数据显示，当月公司实现整车销售47.3万辆。其中，国内销量为45.6万辆，在去年同期高基数基础上，实现同比增长0.3%，环比增长16.6%。继上月零售销量同比转正后，上汽国内批发销量重回正增长，继续保持稳健恢复态势。

3月以来，国内经济逐渐复苏，消费市场整体回暖。5月份，上汽积极把握新能源、旧车置换等领域的政策机遇，持续推动国内汽车消费回补。

集团旗下企业的国内批发销量纷纷反弹，上汽乘用车销售4.7万辆，相较去年高基数实现微增，环比增长49.9%；上汽大通同比增长34.5%，环比增长55.3%；上汽通用同比增长0.4%，环比增长28.2%；上汽通用五菱同比增长11.1%，环比增长4.4%。商用车板块抢抓新基建红利，上汽红岩单月销量达1010辆，同比大涨109.7%，历史性站上“万辆级”台阶；上汽跃进同比增长369.4%。

多个品牌的明星车型热销，推动了上汽销量升温。

荣威RX5系列销售1.5万辆，环比增长36.6%；i系列轿车热销1.8万辆，环比增长38.7%。其中，荣威i5销量超过1.4万辆，稳居国内轿车销量榜前列。名爵6销量环比增长54%，名爵HS、名爵ZS车系销量稳中有进。上汽大通宽体轻客销量同比增长96.4%，在宽体轻客行业品牌销量排名中拔得头筹。上汽大众优化销售结构，大众品牌零售销量达11.9万辆，环比增长4%，继续蝉联单一品牌销量冠军；SUV家族零售销量同比增长20%，保持合资品牌SUV市场第一。上汽

通用凯迪拉克品牌销售2.1万辆，环比增长39.3%，同比增长1.5%；别克品牌销售8.2万辆，环比增长17.3%，同比增长13.8%。五菱宏光MINI EV上市后，每日订单数“破千”。

近期，荣威RX5 PLUS、上汽大众威然等重磅新品陆续上市，将进一步推动上汽销量增长。

目前，国内经济稳步回升，汽车产业正全力克服疫情影响，逐渐回归正轨。第二季度，行业整体将有望迎来恢复性增长。

（龚观）

上汽·上海文化广场冠名四周年 荣威MARVEL X冠名 音乐剧展演季



今年7月，“上汽荣威MARVEL X原创华语音乐剧展演季”将重返舞台，带来2020年上汽·上海文化广场最早回归的音乐剧整剧目。5月30日，上海大剧院艺术中心与上汽集团战略合作暨冠名上汽·上海文化广场四周年发布会上宣布了这一消息。

四年来，上汽集团与文化广场密切合作，结出累累硕果。在彰显文化艺术跨界民族工业奔涌的创新力量的同时，双方也进一步凸显合作所产生的公益能量。四年来，上汽·上海文化广场的公益票累计售出逾12万张，2019年售出32105张，在出售票总数中的占比从冠名前的5%提升到了15%，

惠及了更多观众。

疫情期间，上汽积极践行社会责任，紧急调配集团以及下属各企业资源，以各种方式驰援一线，打通生命与生活之路，彰显“上海制造”品牌的作为与担当。同时，上汽集团坚持继续支持合作伙伴，希望与文化行业一同挺过这个难关，让演出市场早日恢复正常。发布会上，上汽集团向文化广场赠送了由上汽通用五菱生产的口罩。同时，上汽集团移动出行战略品牌享道出行也将为文化广场的会员及观众提供专属定制的出行服务。

由上汽集团冠名赞助的音乐剧集锦音乐会《二零二零年五月三十日》在发布会后精彩上演。

（龚观）

宏光MINI电动车预售破万辆

上汽通用五菱5月销量突破12万辆，同比增长11.1%

本报记者 严瑶

6月2日，上汽通用五菱宏光MINI电动车预售订单数量突破1万辆。“特别是在预售当天，订单数字直线上升，相当于平均每分钟售出1.8辆车。”上汽通用五菱公关部人员表示，该车从盲订24小时订单超1000辆，到5月28日预售当日9小时订单突破1000辆。

在经历了疫情期间的车市低迷后，如今，上汽通用五菱“火力全开”：5月产量达11万辆，同比增长59%；5月销量逆势同比增长11.1%，突破12万辆，再度领跑中国车市。在国内取得斐然成绩的同时，企业还加快挺进海外市场，1-5月整车累计出口13588辆，同比增长47.7%。

“BBA车主买五菱”

在上海一家五菱4S店里，记者发现这里的宏光MINI电动车大部分是被中高端合资品牌车主买走的，其中包括BBA车主。“许多人是当家庭第二辆车用，目的就是代步。‘人民的代步车’这个主题正好符合他们的需求。”4S店销售人员说。新车以2.98万~3.88万元的亲民价格，迎来广泛关注。“由于是电动车，还能上免费新能源汽车牌照。”

当然，BBA车主并不是五菱最主要的目标消费群。



五菱宏光
MINI电动车
预售订单突
破1万辆

在日前公布的宏光MINI电动车宣传海报上，路边摊、破雨棚，宏光MINI穿过老旧、狭小的市井弄堂，仿佛能听见自行车、助动车的喇叭声和嘈杂的人声，迎面便是“人间烟火气”。这和以往千篇一律“黑科技”“高洋上”的汽车宣传截然相反。

“我觉得自主品牌的发展必须要有自己的定位，最关键的是要找到与众不同的地方。”上汽通用五菱市场部总监周钘说，“‘人民需要什么，五菱就造什么’这种五菱口罩效应给五菱品牌增加了好感度，带来了足够多的关注和客户进店数量，同时也转换成了销量，所以不断满足用户需求就是我们造这款车的出发点。”

订单破万 加紧排产

不仅是线下门店，记者

打开五菱品牌天猫官方旗舰店页面后发现，宏光MINI预售订单链接旁的月销量数显示，已超过2300单。

在公布宏光MINI预售价格后，不少网友纷纷留言：“对五菱车这个价格确实心动了，短途走亲朋、买菜、逛公园都方便！”“使用几乎0成本，太香了！”“要什么自行车，来一辆五菱！”

“在菱菱邦APP和天猫、京东两大消费平台上都有新车优惠预定渠道。”上汽通用五菱相关负责人告诉记者，“目前，订单量已经突破10000辆，生产车间里正在加紧排产，争取早日让用户开上新车。”

从车身尺寸看，宏光MINI电动车小巧灵动的车身赋予了它好开、好停的优势。“几乎要比普通A级车的车身长度缩短了一半。”五菱销售人员说，“车内还设置了4座，拥有适合家庭的足够

的乘坐空间。”

据了解，宏光MINI电动车后排座椅还支持纯平放倒，使得车尾空间最大可达741L，可以轻松放下2个26英寸行李箱、婴儿车等大件物品。

“充电方便、停车方便，购买成本和拥有成本低，关键是要让老百姓能开上这些车，感受到新能源出行的方便和带来的便捷，这是我们做这款车的初衷。”周钘说。

事实上，这种“满足用户需求”的初衷，为车主带来出行生活上的便利，不光只有宏光MINI这一款车。6月2日，五菱专用车微信号发布的一篇推文同样引来了10万+的疯狂转发。在日前中共中央决定“摆地摊”合法化的当下，五菱又一次走在了市场的前列：打开车厢即可卖货的使用场景让微小商户拍手叫好。

上汽认证二手车中心开业 助推中国二手车市场走向规范化

5月30日，全国首家中国汽车品牌认证二手车中心——位于浦东新区康桥路658号的上汽认证二手车中心正式开业，并将首辆荣威MARVEL X和名爵6二手车交付车主，迎来开门红。

上汽认证二手车中心将负责上汽旗下荣威与名爵品牌的二手车保值回购和售卖，提供检测、整备、认证、零售等保值营销服务，让用户放心购买上汽二手车。

上汽认证二手车的每一辆车都由原厂认证，经过业内最严苛的354项严格检测，车况历史数据高度透明、清晰可查，让用户开得安心；用户只要购买上汽认证二手车，就可享1年或3万公里原厂质保、终身免费基础保养服务，还能在任意一家上汽授权经销商门店享受等同于新车的服务标准；认证中心保障上汽认证二手车的高保值率，用户将享有全网最有竞争力的收车价格和当天到账的高效交易体验，让你置换舒心。

截至2019年年底，上汽乘用车用户数量已达318万，每年都有可观的置换需求基数。上汽认证二手车品牌不仅为置换用户与新用户提供高保值率的二手车服务，还将让“买、卖、换、再买”的全生命周期服务覆盖到更多用户。今年，上汽认证二手车计划开设十余家门店，上海、北京、广州、深圳、成都、重庆等城市均在其规划中。

（宗何）