

立足“进”“实”“拼”，促进“双循环”发展

8月销量同比劲增21.3%，欧洲市场单月突破1000辆大关

上汽大通MAXUS销量创新高

8月，上汽大通MAXUS整体销量达12500辆，创今年以来新高，同比劲增21.3%，连续4个月实现大幅上涨。

其中，国内销量为9900辆，同比增长16.54%；海外销量2600辆，同比增长43.65%。上汽大通MAXUS正强劲发力海内外市场，全力以赴迎接9月的车市传统销售旺季。

销量、口碑持续攀升

得益于完善的产品布局以及产品硬实力，8月份，上汽大通MAXUS宽体轻客家族热销4786辆，同比大增62.51%，持续稳固宽体轻客行业近3个月以来单品牌销量冠军的地位。

在MPV领域，由上汽大通MAXUS旗下大大的商务MPV G10、全新旗舰MPV G20组成的中大型MPV车型组合多方位覆盖出行市场，为用户带来丰富、多元的出行选择，8月销量达1713辆。

在皮卡市场，上汽大通MAXUS也有着突出的表现，8月热销2044辆，同比增长3.91%。接下来，T70澳洲版即将“重磅”



上汽大通MAXUS EUNIQ 7将于近期上市

上市，正式入列上汽大通MAXUS皮卡家族。一同深入挖掘皮卡市场发展的潜力空间。

在新能源汽车领域，上汽大通MAXUS同样取得了不俗成绩。此前，智选大家上汽大通MAXUS EUNIQ 5、EUNIQ 6正式“开箱”上市，获得了众多用户的认可。

近日，全球首款氢燃料电池MPV上汽大通MAXUS EUNIQ 7迎来了全球“首撞”安全测试，该车以氢瓶完好无损、氢燃料零泄漏的出色成绩印证了车身防护与氢瓶保护的硬实力。

海外市场收获满满

截至目前，上汽大通MAXUS海外市场累计销量已超过7万辆，业务遍

布全球48个国家和地区，形成了澳新、美洲、欧洲、东盟、中东五大核心市场。

8月，在全球排放标准最严苛的欧洲市场，上汽大通MAXUS以高达1000辆的订单数，创下欧洲市场单月订单数“破千”的全新纪录，并且订单大多来源于挪威、英国、比利时、意大利等汽车市场相对成熟、竞争激烈的发达国家。

其中，上汽大通MAXUS EUNIQ 5在挪威的订单数高达530辆，占据了此次订单数的一半以上。作为挪威市场上首款纯电动家用MPV，也是欧洲市场上首款中国品牌新能源家用MPV，EUNIQ 5正以极致品质全力征战挪威市场。

(宗何)

记者手记

销量飘红背后，离不开技术“硬实力”

本报记者 严瑶

8月，车市一改以往传统淡季的局面，迎来新一轮的消费增长。

从产销数据来看，以“硬实力”立足市场的上汽大通MAXUS，8月整体销量达12500辆，创今年以来新高，同比劲增21.3%，连续4个月实现大幅上涨。其中，国内销量达9900辆，同比增长16.54%；海外销量达2600辆，同比增长43.65%。

虽说如今旺盛的用户需求让车市“活”了起来，但其背后也带来了更加激烈的竞争。要让消费者心甘情愿埋单，就必须要有“过人之处”。

值得一提的是，在全球排放标准最严苛的欧洲市场，上汽大通MAXUS 8月订单数逆势破千。究其原因，其中一点就是上汽大通牵住了“技术创新”这个“牛鼻子”，筑牢了高质量发展的科技基石。

当今国内车市，谁更快落地科技创新成果，谁就能占领先机、赢得优势。在科技创新的大赛场上，中国自主品牌正迎头赶上、奋起直追、不断超越。

月销量破万，上汽海外销售迈上新台阶

首席记者 李修惠

TOP 8。

9月4日下午，上汽国际的员工们围拢在一个裱有“MG 10000+”字样的蛋糕旁，通过墙上的大屏幕，和上汽各海外公司的总经理们开了一次特别的视频庆功会。

8月，上汽国际零售销量首次“破万”，达到100085辆，同比增长98%。“我们希望到2025年，上汽的海外销量能够突破100万辆。”上汽集团

总裁助理、国际业务部总经理，上汽国际总经理余德曾多次提及这一目标。

在海外一线销售人员的拼搏奋斗和国内各平台及部门的全力支持下，8月，中东地区、澳新地区、南美洲、英国、欧盟，以及埃及等区域市场都在近期重回“月销千辆俱乐部”。

天涯共此时。虽然在屏幕另一端的员工们吃不到上海会议室里的庆功蛋糕，但他们正在带领MG品牌在海外抢夺更大的“市场大蛋糕”。

市场份额不断扩大

当前，中东地区作为上汽国际在海外最大的整车出口市场，市场占有率不断提升。“过去几年，我们拓展了经销商网络，确保了品牌的竞争力。”上汽中东公司总经理Tom Lee说。为了把疫情对销售的影响降到最低，上汽中东公司还搭建并上线了E-Commerce平台，为当地消费者提供在线购车服务。

8月28日，2500辆MG和MAXUS品牌汽车登上两艘海轮，驶离码头，前往澳大利亚、新西兰和斐济，这是中国自主品牌汽车目前发往澳新市场的最大出口订单。“上汽有信心在新常态下，进一步扩大在当地的市场份额。”上汽国际党委书记、副总经理赵爱民在现场表示，“按照现在的势头，明年，我们在澳新市场的年销量就能突破4万辆，甚至5万辆。”而如果年销量达到5万辆，那就意味着进入了当地汽车市场

同样重回“月销千辆俱乐部”的上汽埃及公司，在今年上半年也把MG品牌在当地乘用车市场的市占率做到了8.2%。

上汽埃及公司总经理龙阳说，良好的销售势头让当地经销商热情高涨，主动要求在9月上市MG HS，趁热打铁，进一步扩大市场份额。

稳住销售节奏

人口的蛋糕虽然甜美，但争蛋糕的过程却很不容易。

今年刚在法国开出第一家网点的上汽欧洲公司便是最好的例子。受疫情影响，上汽欧洲公司一度连装修工人都找不到。公司想出了分楼层、分时段装修的方法。同时，公司的员工中国时间工作8小时，再加上法国时间工作8小时，在中法团队接力工作16小时的努力下，MG巴黎旗舰店在疫情期间如期亮相。8月，上汽欧洲公司想方设法稳住销量，最终实现销售1033辆，在电动汽车前沿阵地持续前进。

在南美洲，今年1-7月，上汽南美公司销售的汽车在当地的市场份额位居第六，成为当地唯一实现销量同比增长的主流汽车品牌。

在销量逆势增长的背后，是上汽南美公司员工不轻言放弃的奋斗。受疫情影响，南美地区禁止举行集会活动和线下产品发布活动。但上汽南美公司的员工们显然不打算让疫情影响原定的产品上市节奏。7月30日，在上汽南美公司市场部员工的精心策划下，MG HS的线上发布会成功举办，这是他们首次尝试线上发布活动。

正是在“奋斗者”文化的引领下，上汽国际的业绩能够在疫情和外贸形势的双重考验下逆市上扬。“零售月销量‘破万’意味着我们迈上了新台阶。随着下半年有更多新产品陆续在各海外市场上市，上汽国际的零售月销量将不断创造新纪录。”赵爱民说。

上汽通用五菱连续5个月实现销量同比正增长

在刚刚过去的8月，上汽通用五菱再次交出亮眼成绩单，整体销量达14.8万辆，同比增长17%，连续5个月实现销量同比正增长。

其中，五菱品牌8月销量达109037辆，同比增长39%；宝骏品牌8月销量达20672辆，环比增长53%；新能源汽车产品8月销量达18312辆，同比增长110%；海外出口也实现同比增长37%，成为中国车企持续向上的标杆。

值得一提的是，在近期中国汽车工业协会发布的“2020年中国汽车消费指南”中，五菱汽车位列民族汽车品牌认知度第一。此外，在中国汽车流通协会发布的

“2020年上半年中国汽车保值率研究”报告中，五菱汽车以66.14%的高保值率位居民族汽车品牌首位。

上汽通用五菱顺应汽车新能源化大趋势，利用自身积累的优势，助力新能源汽车的研发、制造与销售。8月，上汽通用五菱新能源汽车销量达18312辆，环比增长70%，同比增长110%。其中，中国新能源“人气王”宏光MINI EV更是成为全球销量最快“破万”的小型新能源车，8月销量达15000辆，环比增长104%。

除了出色的产品力，新潮且贴近年轻消费群体的营销也是宏光MINI EV的制胜法宝。近期，五菱品牌不



仅举办了“宏光·MINI DAY——大人们的小乐园”潮流派对活动，还陆续启动了100家新能源体验店建设。

在深耕国内市场的同时，上汽通用五菱针对海外市场需求精准投放产品，整

合资源快速推进，实现海外市场逆势增长。8月，上汽通用五菱累计出口汽车2791台/套，同比增长37%，在海外疫情尚未得到有效控制的情况下，这样的市场表现显得尤为可贵。(菱文)