

## 落实干部大会精神

抓机·克危·提质

车市持续回暖，乘用车市场零售连续两个月增速超20%

## 淡季不淡，盛夏车市“热”超预期

本报记者 严瑶 李修惠 林安东

“7月车市增速高于预期，预计8月仍将延续高增长，零售累计增速将转正。”全国乘联会秘书长崔东树在接受媒体采访时表示。

8月9日，全国乘联会公布最新数据：7月乘用车市场零售销量达到181.8万辆，同比增长20.4%；1-7月累计零售销量达到1107.9万辆，同比减少41万辆，同比下降3.57%。

每年的7月、8月历来是传统的汽车销售淡季，但今年7月却展现出了淡季不淡的特点：一方面，车辆购置税减半征收举措效果持续显现；另一方面，车市促销力度保持高位，主流车企强化优惠活动，以弥补上半年因新冠肺炎疫情造成的



销量损失。

行业专家表示，目前汽车产能释放顺畅，车企生产恢复良好。今年8月，预计产销量将继续实现同比高增长，淡季不淡的局面将延续。

功能、HUD（抬头显示功能），以及动能回收模式的驾驶感受，都是销售会重点介绍用户体验的车型亮点。

“消费者看到这么一家售前、售后服务都有的大店，同时试驾体验也不错，下定的意向就更高。”销售人员说。

“店中店”的概念让4S点成为“复合

型”展厅，凸显了上汽大众的品牌形象。

据悉，ID.纯电家族推出一年多以来，大众品牌不断打造更加贴近用户消费习惯和喜好的销售网络。新能源城市展厅ID.Store已陆续登陆全国70个重点城市的商圈和商场，截至目前已开业120家。

### 3 增换购需求增长 荣威新产品受欢迎

到线下门店看荣威RX5的用户正在变得越来越多。7月，全新第三代荣威RX5在公布预售价两个小时之后，便收获了超过1万张订单。

“来我们门店看荣威车的，有一半以上用户是来看第三代RX5的。”荣威冠捷4S店经理朱晓东告诉记者，自第三代荣威RX5上市以来，门店的客流量增加了很多。即便是40℃的高温天气，依然有很多顾客到店看车。

“很多用户是一家人一起来看车的。”朱晓东说，“荣威RX5的配置在目前这个价位，竞争力非常强。不少用户看过了其他品牌车型之后，还是在我们这儿下定了。”

乘联会指出，随着常态化疫情防控，乘用车私车出行成为出行安全的重要保障。同时，秋季开学季到来之前，购车接送孩子上下学等家庭第二辆车的需求更强烈，换购、增购需求带动新车和二手车市场持续增长，将继续作为支撑汽车市场维持现有规模的基石。

此外，据朱晓东介绍，来店里看车的还有很多年轻人。“荣威这

## 1 豪华纯电动车大放异彩 智己汽车“试驾排满”

8月13日，又是一个气温近40℃的周末，位于北外滩来福士广场的智己汽车门店迎来了一波客流“小高峰”。

“周末两天时间内，有40多批用户前来试驾体验。”该店城市经理孙悦告诉记者。目前，智己L7的试驾需要提前预约，“现在很多用户都是网上看好后过来试驾，每天都排得很满，当天不会留有空挡。”

记者在采访时发现，周末中午1-2点和晚上6-8点是门店客流高峰期。“很多人吃完饭就顺便过来逛一圈，看看车。”孙悦说，车辆驾控和四轮转向系统都是用户较为关注的。

据了解，目前，智己L7已经进入限定轮权益倒计时。因此，这些天锁单的用户逐渐增多。这个周末，20岁的徐先生带着父母来到智己门店看车，虽然他即将出国留学，但试驾过后，依然坚定了买车的

决心。“首先是颜值高，其次是试驾下来，操控真的很棒，觉得入手很值。”

近两个月来，新能源汽车就如天气一样炙手可热。

乘联会表示，随着近期新能源汽车新品持续推出，部分企业的产能提升逐步完成。预计今年8-12月新能源乘用车月均销量将超过60万辆，实现持续高增长；预计全年新能源汽车销量将突破650万辆。其中，新能源乘用车销量将突破600万辆。

近几年，中国人均消费水平大幅提升，豪华汽车市场以肉眼可见的速度快速增长。除了以BBA为代表的传统豪华品牌外，众多新势力纯电动汽车品牌纷纷踏入这一细分市场。

以智己L7为例，官方售价为36.88万~40.88万元，对大多数消费者来说，这不是一辆便宜的车。但即便如此，智

己L7从6月18日开始交付，仅用不到1个半月时间就已完成了1051辆车的交付，成为“国内35万元以上豪华纯电动车型中累计交付量最快‘破千’的车型。”这背

后是智己L7同级唯一的“四轮转向+混合胎宽”，“更像人”的IMAD智能驾驶体验，业内独创的180+净味级别健康座舱空气质量等众多产品力标杆。

业内人士分析，未来三年，凭借自身技术积累、场景创新和对中国消费者需求的深度挖掘，自主品牌纯电动智能汽车将在中高端和豪华电动车市场大放异彩。

## 2 新能源销量看涨 上汽大众创新“店中店”模式

“20万元左右的车居然能有这么给力的座椅按摩功能，这很难不心动啊。”近日，上汽大众ID.系列车型销售10086辆，首次实现月度销量破万。其中，ID.4 X实现销售5144辆，同比增长94.04%。随着首家ID.Zone的投入使用，接下来，上汽大众分布于全国的1000余家经销商都会陆续“换装”，以更契合新能源用户喜好的方式提供专属的服务。

ID.Zone这一概念，实际上是在4S模式上的创新模式，即将ID.家族独立区分出来，并通过专门设计的布局、专属接待台、ID.标识、蓝色玻璃充电展架、休闲桌椅等设备构成了专属的ID.展示区。

ID.Zone既是“店中店”，同时也是“店中‘电’”，与燃油车型进行区隔后，ID.家族形成

了独立展区，更加方便用户赏车、购车。

今年7月，上汽大众ID.系列车型销售10086辆，首次实现月度销量破万。其中，ID.4 X实现销售5144辆，同比增长94.04%。随着首家ID.Zone的投入使用，接下来，上汽大众分布于全国的1000余家经销商都会陆续“换装”，以更契合新能源用户喜好的方式提供专属的服务。

销售人员向记者介绍：“销售ID.4 X的过程其实比销售燃油车要简单得多，配置的增减和相关价格都是完全透明的，用户在APP上就能自行下定。”方向盘的触控体验、座椅的按摩

款新车的颜值非常能‘打’，还有车内的大屏也很吸引人，不少年轻用户会通过荣威App来预约试乘试驾。”

财政部、税务总局日前发布公告，出台了车辆购置税减半征收政策。今年下半年，2.0L及以下排量的燃油车（单车价格不超过30万元）可享受车辆购置税减半征收政策。乘联会表示，随着近期大量符合政策标准的车型推出，将进一步推动车市实现较高的产销增量。

上周末刚下定一辆燃油版荣威RX5的孙先生是一位“新上海人”，今年27岁，在临港片区的一家国企工作。“前阵子刚拍到沪牌，想要一辆颜值高、科技配置到位的燃油车。”孙先生表示，当时在微博上看到了荣威支持中国女足的消息，就对这个品牌留下了不错的印象。“新产品出来之后就一直在关注，直到上周末去试驾之后，才最终下定。”孙先生说，“颜值、配置各方面，我都很满意。实际试驾过后，发现这款车在行驶过程中，静谧性做得非常好，这也是我在试驾后直接就下定的决定性因素。”