

2015年上汽整车销量继续领跑

■根据1月8日最新出炉的上汽集团产销公告显示,上汽集团2015年全年整车销量达到590.2万辆,同比增长5%,增速高于市场平均水平,继续保持国内车企销量冠军的位置,领先优势进一步扩大。

■2016年,上汽将坚持“稳中求进,重在求进”的工作主基调,不断优化经济运行质量与效益,持续推进改革创新工作,继续当好我国汽车行业创新发展的排头兵。

■“十三五”期间,上汽将加快创新转型升级,重点突破新能源、互联网、智能化等关键技术和贸易、金融等重点领域,为上海建设具有全球影响力的科创中心作出应有贡献。

上汽大众销量突破181万辆问鼎乘用车市场冠军

面对瞬息万变的市场,上汽大众表现稳健,从零售、品牌、渠道、体验四个方面加强营销工作,取得了优异的成绩。2015年,上汽大众全年实现销售整车181.2万辆,位列国内乘用车市场销量榜首。其中,大众品牌2015年销售153.2万辆,继续蝉联国内单一汽车品牌销量冠军。旗下Polo品牌全年销售近18万辆,同比增长13%,位列A0级两厢车市场第一。Lavida家族全年销量超过47万辆,月均销售近4万辆,继续保持国内轿

车市场销量冠军。在B级车市场,Passat帕萨特以全年销售20.5万辆的成绩继续领跑该细分市场。Tiguan途观全年累计销售近25.6万辆,位居合资品牌SUV市场冠军。

斯柯达品牌全年销售28万辆,旗下各款车型表现依旧稳健。明锐全年销售超过15万辆,同比增长26%,稳居A级车市主流品牌前列。硬派高性能SUV Yeti自8月升级上市以来人气高涨,单月销量突破4000辆,全年销量同比增长34%。

上汽通用深化“卓越经营”战略体系竞争力不断提升

据最新销量数据显示,2015年12月,上汽通用销量达21.8万辆,创年内新高。至此,上汽通用2015年全年完成销售整车175.2万辆,旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌分别销售103.6万辆、63.7万辆和8万辆。三大品牌中,别克品牌表现突出,昂科威月销量突破2万辆,新英朗自10月开始月销量稳定在3万辆以上,成为细分市场的明星产品。

在宏观经济与汽车市场增长乏力、行业竞争日益加剧的背景下,2015年,上汽通用坚持深化“卓越经营”企业战略,三大品牌以绿色智能科技为引领,不断丰富产品型谱,持续提升产品力、服务力、品牌力,产品结构与销售质量更趋优化。各项业务的持续健康发展以及体系竞争力的不断提升,为公司“十三五”发展打下了坚实的基础。

上汽通用五菱成国内首家年产销破200万辆车企

2015年,上汽通用五菱全年销量达204万辆,同比增长13%,这给处于微增长的中国车市注入了满满的正能量。这一销量目标的实现,是上汽通用五菱始终坚持以用户需求为导向,精准辨识超过1400万基盘用户的升级需求、差异化需求,自主设计、开发产品,不仅在SUV、MPV等细分市场分别打造了该领域的领先产品,而且为企业最终完成销量目标,实现企业由商转乘的向上发展提供了助力。

其中,7月上市的宝骏560在上市当天就取得

开门红,订单数突破1.5万辆;从10月份开始,连续3个月单月销量突破3万辆,创造了中国车市销量的最快成长速度,在SUV红海中成功开辟蓝海。除此以外,宝骏730累计销量突破32万辆,五菱宏光全系产品全年累计销量突破65万辆。在商用车领域,由传统微客五菱之光、五菱荣光与新微客五菱荣光V组成的商用车阵营,全年实现销售86.16万辆,在传统商用车市场连续5年下滑的环境下,仍以超过55%的市场份额,进一步巩固在该领域的领导地位。

上汽乘用车新能源车表现抢眼增长近三倍

《中国制造2025》规划中提到“节能与新能源汽车”作为发展战略任务和重点领域。在过去的一年中,上汽乘用车插电式混合动力轿车荣威e550表现十分抢眼,12月销量达到1611辆,全年累计销量达10711辆,是2014年的3.8倍。

上汽乘用车公司面对激烈的市场竞争,大力推进低层级市场网络建设。2015年,上汽乘用车

公司全年完成整车销售17万辆。MG名爵锐腾月销量突破5000辆,并带动MG品牌价格重心逐步上移,提升了经销商的信心和盈利水平;荣威360和350的“双车战略”初见成效,双车月销量近1万辆,荣威360通过赞助《了不起的挑战》等营销手段,使“全方位高品质”的产品形象得到市场认可。

上汽大通向37个国家和地区实现出口

35198辆!随着2015年最后一辆车从无锡工厂总装生产线顺利报交,上汽大通年度产量定格在这个数字上。2015年以来,受商用车市场总体萎缩影响,企业销量和经营效益都面临着巨大的下行压力。而上汽大通在逆势中跑赢市场,成为了其中的一个亮点,全年销售整车3.5万辆,同比增长近7成。其中,海外销售近5000辆,占比约15%,不仅全面超越了去年年初确定的目标,而且首次实现全年盈利,为上汽自主品牌商用车发

展扬眉吐气。

面对轻客市场增速放缓的不利影响,上汽大通进一步优化经销商网络布局,加快营销渠道向三四五线市场下沉,并以新品上市为契机,抓住产品差异化优势,加强行业用户开拓,进一步提高新能源车和房车的销售;同时,上汽大通加快开拓海外市场,目前已向37个国家和地区实现出口,其中包括英国、爱尔兰、澳大利亚等发达地区市场,实现了“重返英伦”的战略目标。

面对市场波动的严峻考验,上汽集团全力推进创新转型发展战略,在研发端和市场端着力,谋求创新突破。在研发端,围绕“互联网+新能源+智能化”技术组合,打造产品的差异化竞争优势,涌现出荣威e950插电式混合动力汽车、

MG iGS智能驾驶汽车等备受关注的创新产品;在市场端,围绕服务贸易、金融、海外市场、品牌建设,加快拓展新型业务和新型市场,创新业务模式,创造新的增长点。

本报综合报道

