



2019年2月乘用车整体市场销量分析报告

达示数据研究中心 | 2019年3月

PREFACE

研究目的

- 近年来，我国汽车市场销量增长有所放缓，但依然保持着较高的增长率。2016年汽车销量跟突破了2000万辆，稳居世界第一；
- 巨大的汽车市场日趋成熟，如何制定销售策略，调整产品结构，才能保持高速增长，获取更多的收益，占领更多市场份额，是客户最关心的问题；
- 报告通过对整个乘用车市场的销量持续监测和分析，掌握整体市场和各细分市场销售状况、走势的变化，为客户制订、调整和检查销售策略，完善产品结构提供依据。

细分市场说明

- 根据轴距与车身形式，分为微型、小型、紧凑型、中型、中大型、大型、小型SUV、紧凑型SUV、中型SUV、中大型SUV、大型SUV、紧凑型MPV、中型MPV、微客、客车、跑车16个细分市场；
- 报告重点研究整体市场和小型、紧凑型、中型、中大型、小型SUV、紧凑型SUV、中型SUV、中大型SUV、紧凑型MPV、中型MPV这些级别的市场表现。

报告说明

- 销量数据来源：达示数据销量监测体系
- 除非特殊说明，报告销量数据不包含商用车

目录

CONTENTS

01 汽车市场动态

02 整体市场销售表现

03 热销车型表现

04 未来新品介绍

DaaS-Auto

PART 1

第一部分 汽车市场动态

※ 行业发展

※ 厂商动态

※ 上市新车

八部门发文：部分地区开展甲醇汽车应用

日前，工业和信息化部官网发布了《工业和信息化部 国家发展和改革委员会 科学技术部 公安部生态环境部 交通运输部 国家卫生健康委员会国家市场监督管理总局关于在部分地区开展甲醇汽车应用的指导意见》(以下简称“意见”)，以加快推动甲醇汽车应用，实现车用燃料多元化，保障能源安全。

该意见旨在鼓励甲醇汽车应用，意见提出重点在山西、陕西、贵州、甘肃等资源禀赋条件较好且具有甲醇汽车运行经验的地区，加快M100甲醇汽车的应用。同时，鼓励在有条件地区的公务、出租、短途客运等领域使用甲醇汽车。鼓励在有条件地区的市政车辆、专线物流运输等领域使用甲醇商用车。还提出，有关地区应积极为甲醇汽车应用创造条件，给予符合国六排放标准和甲醇汽车排放限值要求的甲醇汽车购买、运行等应用优惠政策。

意见中指出，要加快甲醇汽车制造体系建设，鼓励汽车及相关零部件生产企业开发甲醇乘用车、商用车、非道路工程车等车辆及动力机械，满足市场需求。鼓励和支持企业研发甲醇混合动力汽车、甲醇增程式电动汽车、甲醇燃料电池汽车产品。

在甲醇燃料生产及加注方面，意见指出，充分利用低质煤、煤层气、焦炉煤气等制备甲醇，探索捕获二氧化碳制备甲醇工艺技术及工程化应用。还提出有关地区应因地制宜、统筹布局甲醇燃料加注站建设。

北京智能网联汽车示范运行区正式启动

近日，北京市智能网联汽车示范运行区(首钢园)正式启动。该运行区汇集了无人接驳、编队行驶、分时租赁、无人快递、无人清扫、无人配送、无人售卖、无人巡检这8种约20多辆无人车，将致力于打造成全国首个智能网联汽车示范运行区。

此次示范运行区启动后将成为北京市无人车最集中的区域和集中测试的实验田，重点推进智能网联汽车技术产业化、加快建设智能路网设施、建成满足超大城市出行需求的交通云、率先建设5G车联网、大力发展高精度地图产业，加速向未来智慧城市迈进。

据悉，首钢园于2018年率先启动了对自动驾驶领域的探索。目前园区已建立了自动驾驶云控平台，可监测多辆无人车的运行状态和园区内的路况。目前8大无人车场景的示范运行包括了北汽、百度、美团等企业，会加紧将自动驾驶技术与实际场景结合。未来3年内，首钢园将完成建筑面积达182万平方米的园区建设，并计划在冬奥会期间向外界展示。

奥迪年内将推20余款新车/18款引入国内

近日，在奥迪集团年会上，奥迪公布了2018财年集团营收，4,502.8亿元的营收以及268.2亿的营业利润均略低于去年同期。与此同时奥迪宣布2019年将在全球范围内推出20余款新车，仅中国市场年内就有18款上市，包括奥迪全新一代A6L(已上市)、全新一代Q3、全新一代A6L TFSIe、e-tron、Q8以及Q2L e-tron等车型，其中SUV车型至少超过5款。

京桔10,000台EU5网约车首批交付

近日，以“清源·共生”为主题的京桔新能源10,000台EU5网约车首批交付仪式在杭州野生动物世界举行。以此为起点，北汽新能源将在一季度向京桔交付10,000台EU5网约车，分别在杭州、温州、宁波、广州、东莞、惠州、长沙、青岛、福州、泉州十个城市陆续交付。

此次交付的北汽新能源EU5网约版，拥有416km超长续航、多元充电模式、百公里耗电不足8元、智能配置丰富、可靠性强等五项优势。同时，EU5的百公里电耗仅为13.8kW·h。

此外，北汽新能源还将与京桔合作，基于EU5优化车联网与车辆管理系统，让车队管理更有效率。通过构建“车联网+大数据+电动化+定制化”的智慧出行模式，在提升网约车用户体验的同时，加强司机服务管理，全面提升北汽新能源在共享出行领域的竞争力。

大众计划未来十年将推70款新电动车

大众汽车集团公布了未来在电动领域的规划，其中，大众集团将调整电动化布局，将原计划的10年发布50款纯电动车提高到70款(包括奥迪、保时捷等车型)。

大众还宣布随着电动车产业的发展，或将迎来裁员。大众宣称，扩大的电动化布局是为了平衡碳排放总量，与此同时，预计产能布局将达到2,200万辆。为了实现阶段性目标，在2023年之前将投资300亿欧元进行电动化平台的改造，以达到2030年电动车在全集团销量占比40%。

戴姆勒与宝马联手 共同研发自动驾驶

日前，德国豪华车企戴姆勒公司和宝马集团宣布已签订谅解备忘录，共同研发自动驾驶技术。戴姆勒在声明中表示，合作初期的重点是推进新一代驾驶辅助技术的研发、高速公路自动驾驶和泊车功能(到达SAE L4水平)。戴姆勒和宝马将此次的合作关系视为长期、战略性的合作，并希望未来几年更先进的技术能够得到广泛应用。

联合研发工作将通过一个可伸缩的平台进行，该平台涵盖自动化的几个阶段，其中L3和L4可实现高速公路自动驾驶。此外，双方计划探讨深化合作的可能性，将合作范围扩大到高速公路和城市地区更高水平的自动驾驶技术。为了促进该平台的成功，戴姆勒和宝马还将探索与其它技术公司和汽车制造商合作的可能性。

戴姆勒在声明中表示，此次合作将为双方带来一些明显的优势，包括各个合作伙伴的技术和经验以及能够加速和简化未来技术研发的可伸缩平台。除了双方的协同效应，还能加速新技术市场化的速度，缩短创新周期。

特斯拉北京超充服务提价高达70%

近日获悉，位于北京华贸中心的特斯拉超级充电站已经涨价，从原先的1.17元/度涨价至目前的2元/度，涨幅超过70%。

据悉，北京特斯拉超充之前收费标准为1.17元/度，其中包含：电费0.37元/度、服务费0.8元/度。涨价后，收费标准为2元/度，电费与服务费细则并未体现，但超时占用费6.4元/分钟，享受超充服务需支付的停车费5元/小时，这两项收费标准并未发生变化。

截止目前，特斯拉已在中国境内建设1,850个以上的目的地充电桩，和1,500个以上超级充电桩，且数字每天仍在持续增加。特斯拉官方也曾经对充电费用提价进行表态：“将利用超级充电站网络带来的收入，建立更多的充电站。”

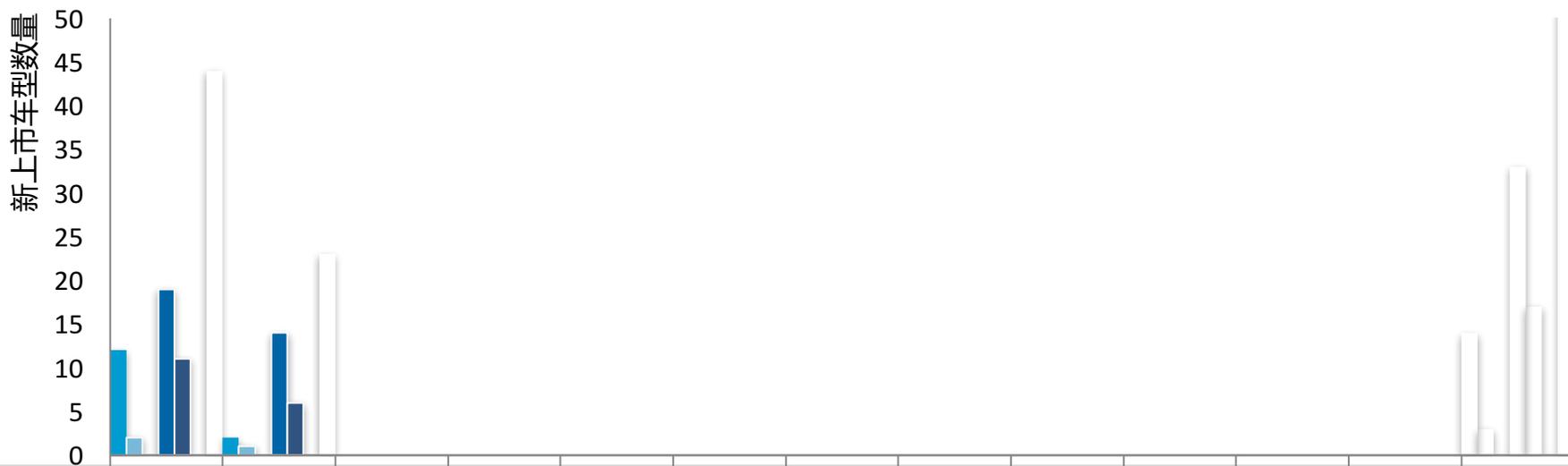
北汽新能源与宁德时代/普莱德开展合作

近日，从北汽新能源官方获悉：企业与宁德时代新能源科技股份有限公司(以下简称宁德时代)、北京普莱德新能源电池科技有限公司(以下简称普莱德)达成了为期5年的战略合作。

合作期间，宁德时代、普莱德将以“最大诚意的优惠价格”向北汽新能源提供动力电池。北汽新能源还将与宁德时代成立联合研发团队在新型动力电池包方面开展深入合作。

而北汽新能源将在2019年给予宁德时代以及普莱德不低于其全年采购总额一定比例的采购份额；一定的商务条件前提下，且在宁德时代电池供应可以满足北汽新能源分月需求的情况下，北汽新能源和普莱德同意按照三方商定的条件向宁德时代预付一定金额的预付款项。同时，5年期间内给予宁德时代和普莱德一定比例的采购份额。

2019年新车上市统计



2月上市全新车型&全新换代

厂商	车型	属性	变化形式
林肯	航海家	进口	新车型
长安欧尚	尼欧II	自主	新车型
宾利	欧陆	进口	换代



PART 2

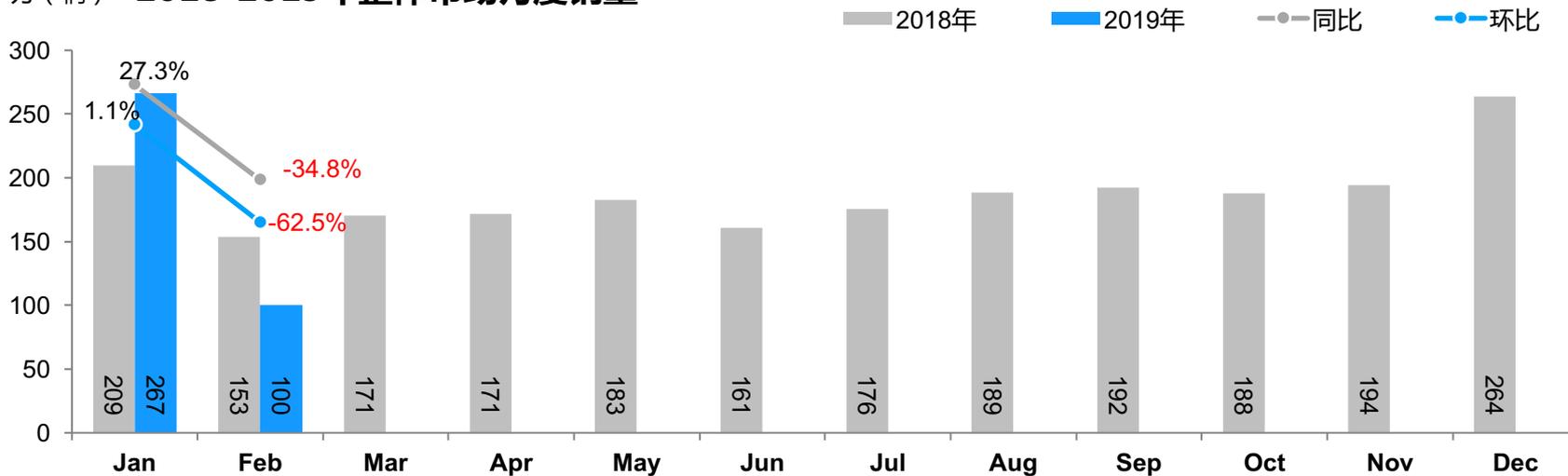
第二部分 整体市场销售表现

- ※ 整体市场销量
- ※ 细分市场销量
- ※ 合资/自主/进口销量
- ※ 系别销量
- ※ 厂商销量
- ※ 省份销量
- ※ 城市销量
- ※ 消费者人群分析

2月销量跌至100万

- 2月，乘用车整体市场销量100.1万辆，成为2018年至今最低月销量，环比下降62.5%，同比下降34.8%；
- 累计销量方面，基于1月乘用车整体销量的上升，1-2月销量同比上升1.1%。

万（辆） 2018-2019年整体市场月度销量

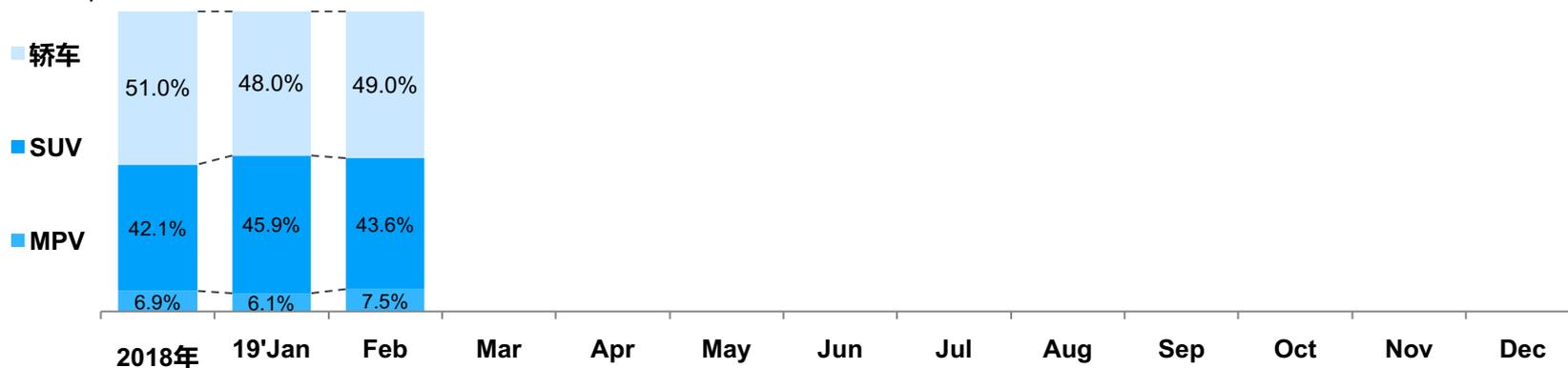


2019年2月	销量	环比	同比	2019年1-2月累计同比
整体市场	1,000,853	-62.5%	-34.8%	1.1%

2月SUV销量回落

- 2月，SUV销量44万辆，环比回落64.4%，市场份额环比下降2.3%，占整体市场份额43.6%；
- 轿车细分方面，市场份额环比上涨1个百分点，占领49%的市场份额；MPV本月环比1.4%升幅最大；
- 累计销量方面，1-2月细分累计销量，仅轿车细分同比上升7.9%，SUV和MPV细分均同比下降。

各细分市场市场份额走势



细分市场	销量对比	环比	月同比	份额环比	份额同比	累计同比	环比贡献度
轿车	128 49	-61.7%	-29.1%	1.0%	3.9%	7.9%	-29.6%
SUV	122 44	-64.4%	-39.6%	-2.3%	-3.4%	-3.2%	-29.5%
MPV	16 7	-54.0%	-38.7%	1.4%	-0.5%	-12.9%	-3.3%

万（辆）
■ 19'Jan
■ 19'Feb

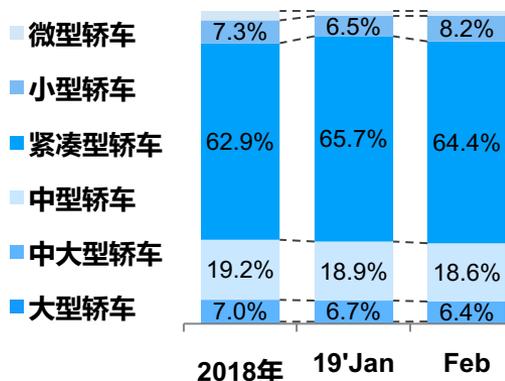
达示数据 注：跑车参与整体市场销量计算，但不单独分析研究。

轿车细分市场销量表现

轿车细分2月销量环比跌幅超50%

- 2月，轿车细分份额方面，紧凑型/中型轿车共占轿车市场83.1%的份额，但份额分别回落1.3%和0.3%；
- 轿车细分2月销量全线下跌均超50%；其中，紧凑型轿车销量32万辆，累计销量同比上升13.6%；中型轿车销量24万辆，环比下降62.3%，微型轿车本月累计同比升幅64.3%最大。

轿车细分市场份额走势



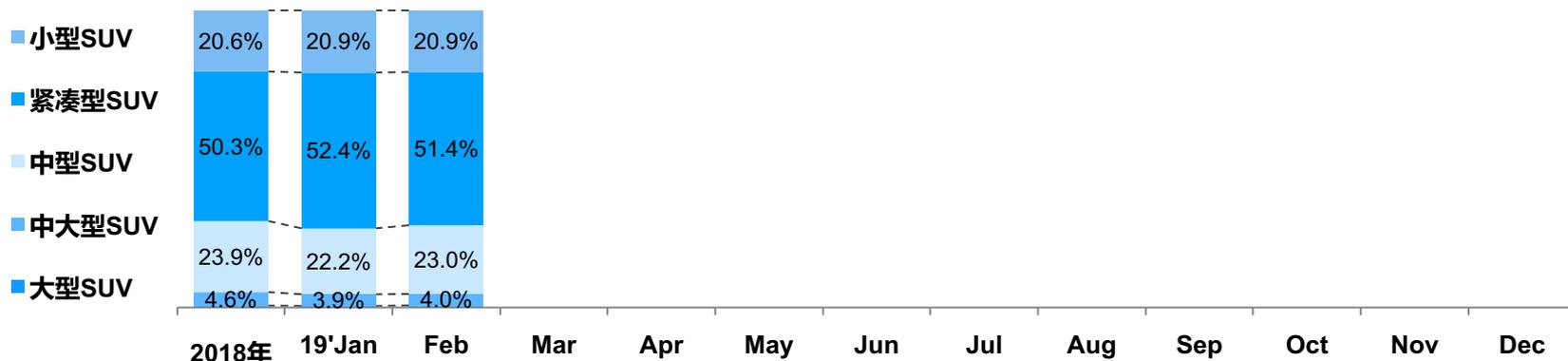
细分市场	销量对比	环比增速	同比增速	份额环比	份额同比	累计同比	环比贡献度
微型轿车	2 1	-61.6%	0.0%	0.0%	0.5%	64.3%	-0.5%
小型轿车	8 4	-51.5%	-20.7%	1.7%	0.9%	6.0%	-1.6%
紧凑型轿车	84 32	-62.4%	-29.8%	-1.2%	-0.6%	13.6%	-19.7%
中型轿车	24 9	-62.3%	-29.8%	-0.3%	-0.2%	-3.3%	-5.7%
中大型轿车	9 3	-63.2%	-35.3%	-0.3%	-0.6%	-12.3%	-2.0%
大型轿车	1 0	-61.1%	-22.4%	0.0%	0.1%	-1.1%	-0.2%

SUV细分市场销量表现

SUV各细分市场负增长

- 2月，SUV细分市场销量44万，销量同比下降39.6%，跌幅高于整体市场，占整体市场43.6%份额；
- 各细分市场份额方面，SUV各细分市场本月销量负增长；环比方面，紧凑型SUV降幅最大达65.1%；同比方面，小型SUV降幅最大达42.1%；
- 份额方面，2月紧凑型SUV下降1个百分点，中型SUV上升0.8个百分点，其余细分变化不大。

SUV细分市场份额走势



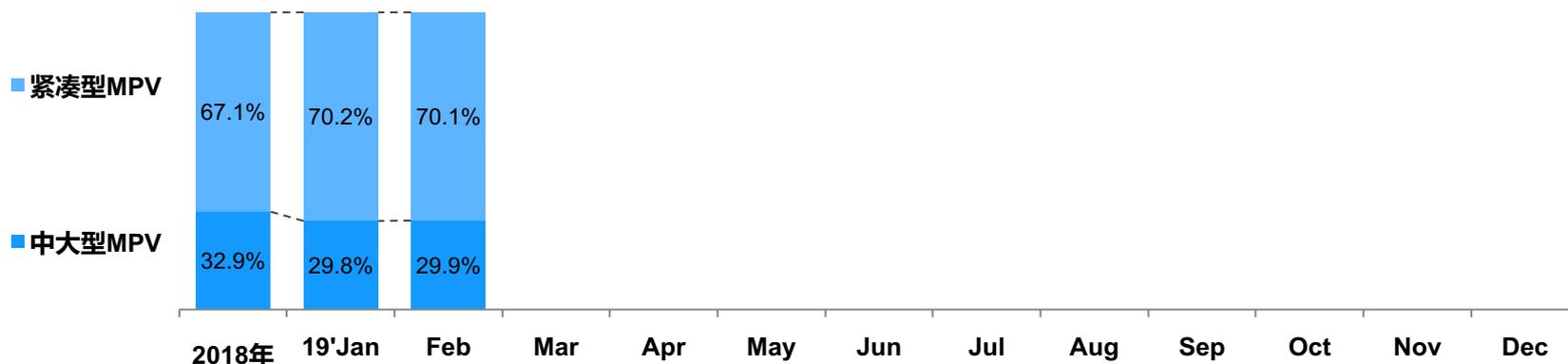
细分市场	销量对比	环比增速	同比增速	份额环比	份额同比	累计同比	环比贡献度
小型SUV		-64.4%	-42.1%	0.0%	-0.9%	1.0%	-6.2%
紧凑型SUV		-65.1%	-38.5%	-1.0%	0.9%	2.7%	-15.6%
中型SUV		-63.1%	-40.4%	0.8%	-0.3%	-15.0%	-6.4%
中大型SUV		-63.5%	-36.1%	0.1%	0.2%	-18.0%	-1.1%
大型SUV		-54.9%	-22.0%	0.1%	0.2%	-9.6%	-0.1%

MPV细分市场销量表现

中大级别MPV份额同比上升

- 2月，MPV完成销量7万辆，其中紧凑型MPV销量5万，占70.1%；中大型MPV销量2万，占29.9%；
- MPV细分2月负增长，紧凑型MPV环比下降54%，同比下降44.7%，份额同比下降回落7.7%，累计同比降幅达16.2%。

MPV细分市场份额走势



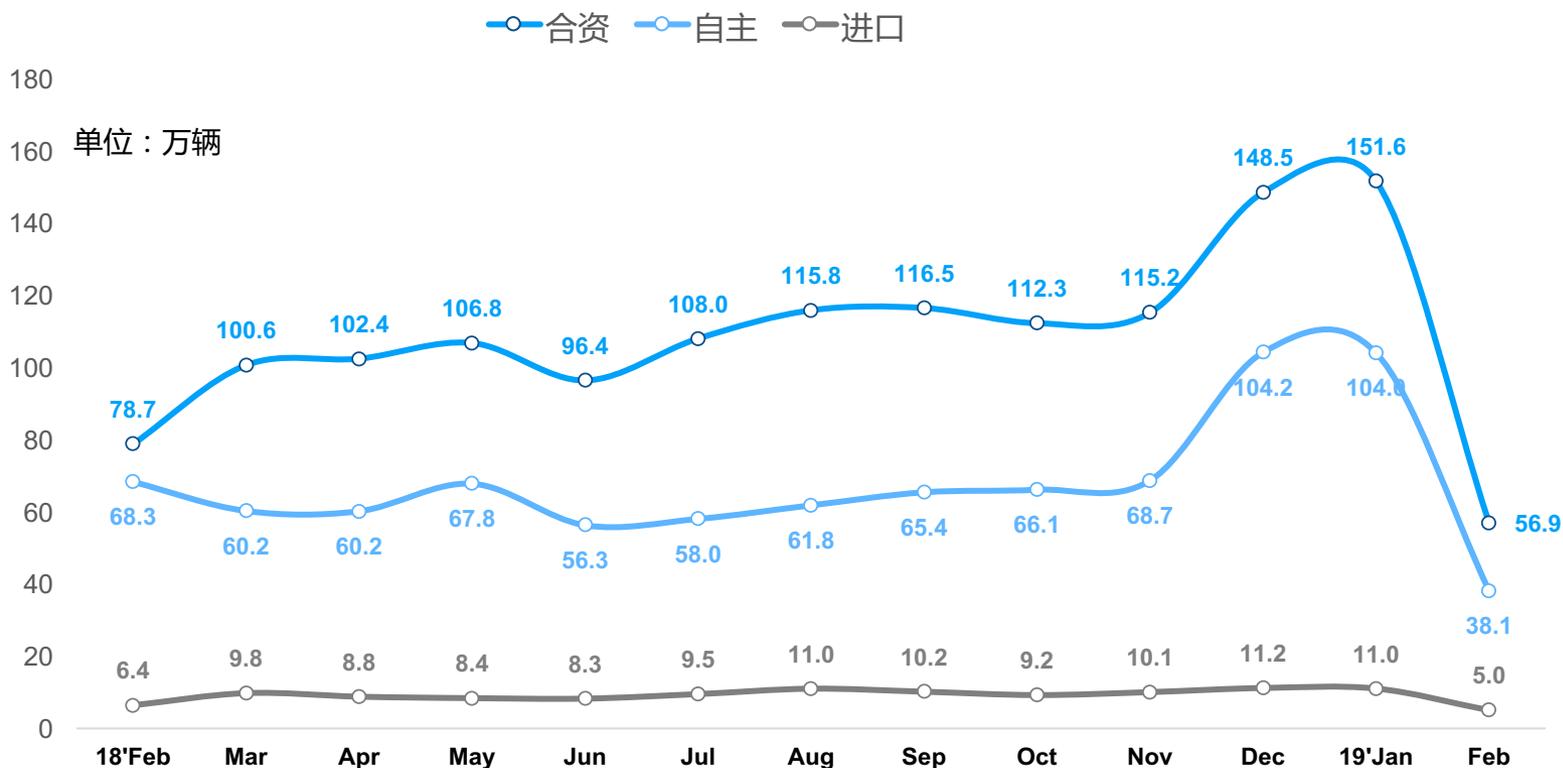
细分市场	销量对比	环比增速	同比增速	份额环比	份额同比	累计同比	环比贡献度
紧凑型MPV		-54.0%	-44.7%	0.0%	-7.7%	-16.2%	-2.3%
中大型MPV		-53.9%	-17.4%	0.0%	7.7%	-4.0%	-1.0%

万(辆) ■ 19'Jan ■ 19'Feb

厂商属性销量表现

自主/合资/进口销量降幅超50%

- 2月销量方面，自主完成销量38.1万，份额占比38.1%；合资完成56.9万，份额占比56.9%；进口完成5.03万，份额占比5.0%；自主品牌销量本月同比环比降幅均最大；
- 累计销量方面，合资完成208.5万，自主完成142.1万，进口完成16万。



德系与日系份额稳步增长

- 2月，虽然在增速上各系别均有不同程度的下降，但是德系和日系在累计份额上仍保持 > 1% 的增长；
- 自主品牌在累计份额方面出现2.3%的降幅，韩系品牌出现0.3%的份额微增。

整体市场乘用车系列市场表现

	累计份额	累计份额变化	当月环比增速	当月同比增速	当月环比贡献度
自主		-2.3%	-63.3%	-44.2%	-24.7%
德系		2.6%	-58.8%	-16.6%	-14.2%
日系		1.8%	-62.2%	-18.4%	-12.2%
美系		-1.3%	-65.1%	-46.2%	-6.2%
韩系		0.3%	-69.3%	-42.6%	-4.1%
法系		-0.7%	-64.1%	-68.1%	-0.5%
欧系		-0.3%	-52.8%	-30.8%	-0.5%

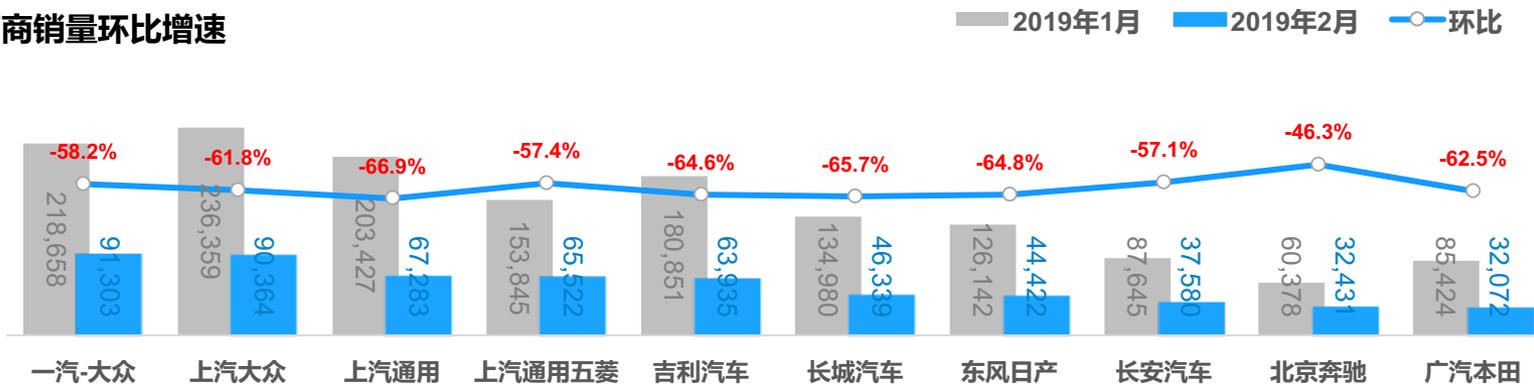
注：欧系不参与分析研究

厂商销量表现

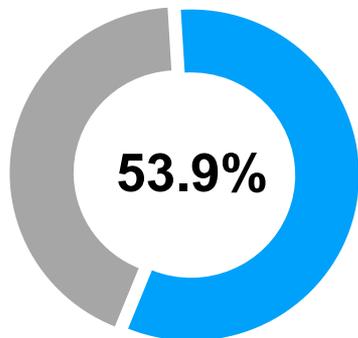
Top10厂商环比均下降

- 本月TOP10厂商本月销量均环比下降，其中上汽大众和一汽大众分别完成9.1万和9万牢牢占据前二，降幅最大的上汽通用以6.7万的成绩占据第三；
- TOP10厂商占据整体销量53.9%市场份额，南北大众合计占18.1%的市场份额，比月上升1%。

厂商销量环比增速



Top10厂商市场份额总占比



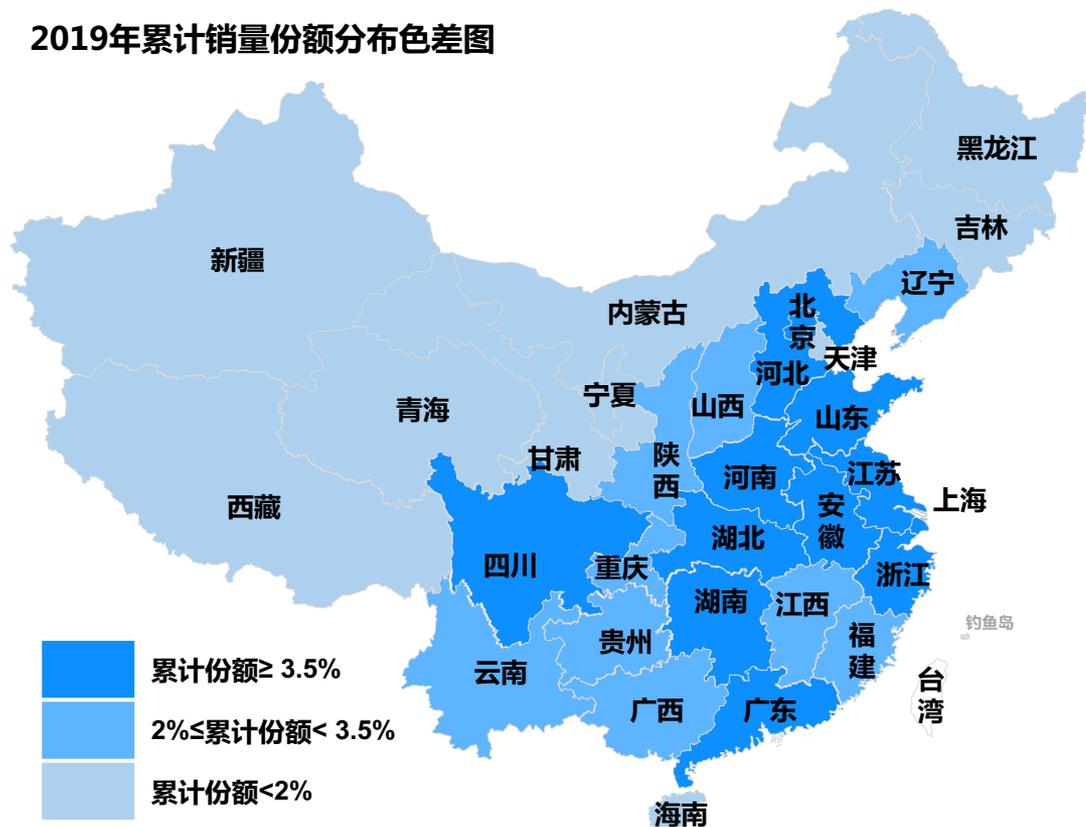
Top10厂商市场份额			
厂商	份额	厂商	份额
一汽-大众	9.1%	长城汽车	4.6%
上汽大众	9.0%	东风日产	4.4%
上汽通用	6.7%	长安汽车	3.8%
上汽通用五菱	6.5%	北京奔驰	3.2%
吉利汽车	6.4%	广汽本田	3.2%

省份销量表现

累计销量仅7省份实现正增长

- 1-2月累计销量，全国仅广东/河北/湖南同比负增长，其余省份均为正增长，其中增幅最大是安徽省，达到8.2个百分点。

2019年累计销量份额分布色差图



省份	累计销量	同比
广东省	357,874 342,207	-4.4%
江苏省	258,107 275,928	6.9%
河南省	272,913 275,881	1.1%
山东省	243,681 260,643	7.0%
浙江省	233,365 245,097	5.0%
四川省	213,455 214,762	0.6%
河北省	189,527 184,508	-2.6%
安徽省	137,455 148,709	8.2%
湖北省	140,046 143,237	2.3%
湖南省	150,292 141,783	-5.7%

■ 2018.1-2

■ 2019.1-2

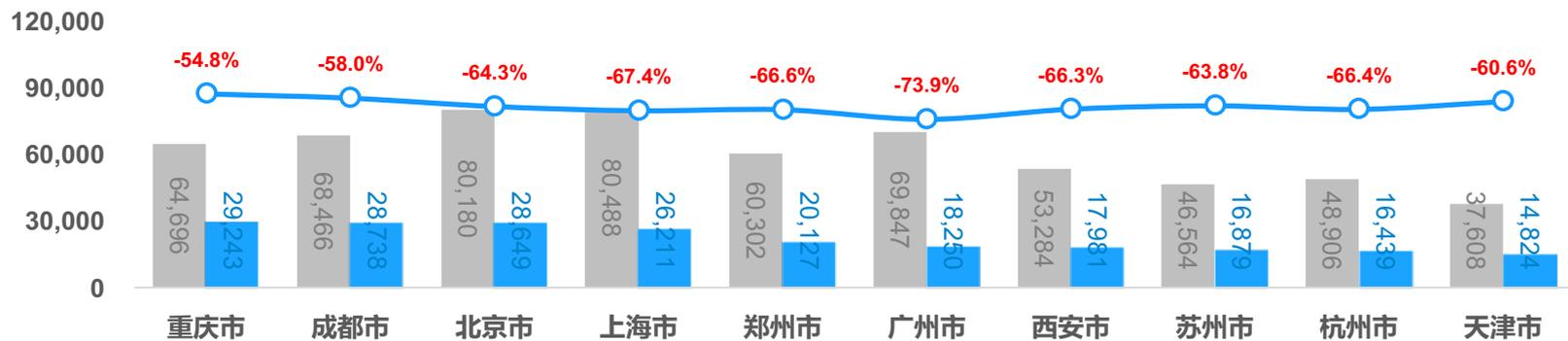
城市销量表现

销量前十城市：广州环比下降最大

- 2月销量TOP10城市，环比下降均超50%，其中广州降幅最大达73.9%；
- 城市销量方面，重庆自主品牌销量继续位居榜首；其他Top10城市合资品牌销量占比均超过半，其中上海合资销量占71%最大；进口品牌方面，天津市占比最大。

整体市场销量前十城市

■ 2019年1月 ■ 2019年2月 ○ 环比

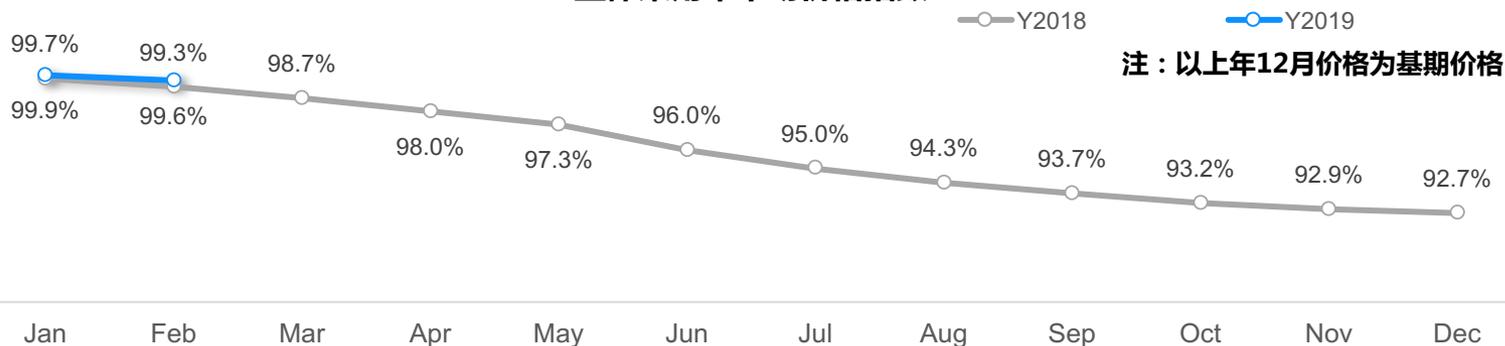


	重庆市	成都市	北京市	上海市	郑州市	广州市	西安市	苏州市	杭州市	天津市
自主	48.2%	28.6%	20.2%	16.8%	32.5%	32.3%	43.0%	20.5%	20.8%	25.6%
合资	47.8%	64.2%	68.2%	71.0%	62.9%	58.8%	51.3%	70.4%	68.4%	53.0%
进口	4.0%	7.2%	11.6%	12.2%	4.6%	9.0%	5.7%	9.1%	10.8%	21.5%

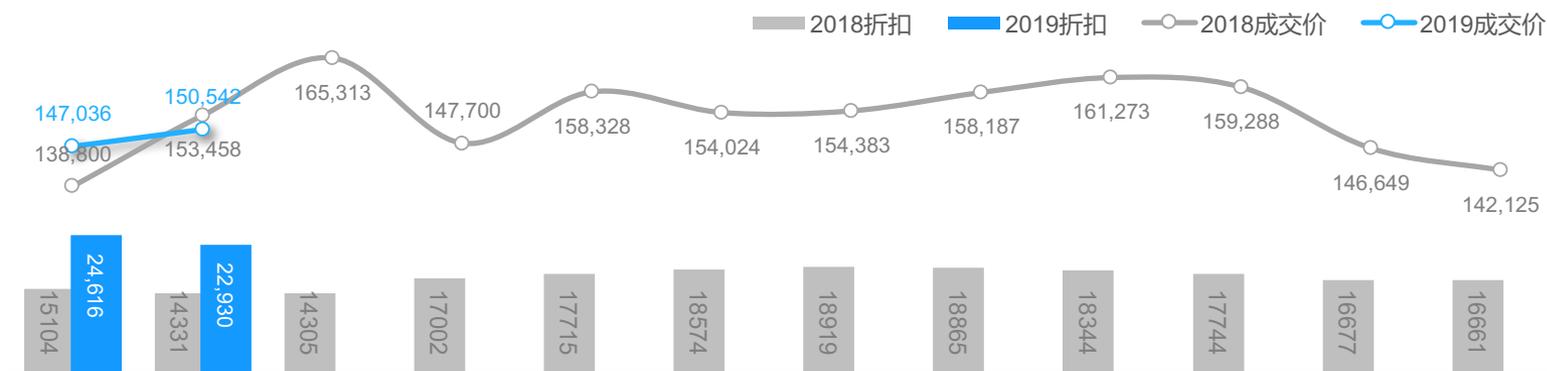
整体市场价格表现

- 2月整体市场折扣率13.2%，相比去年同比，高出4.8个百分点；
- 由于18年车市遇冷，去年从10月经销商终端优惠开始加大，各车企以期望在节前冲击一波销量，所以春节节前优惠达到最大，由于19年春节在2月初，所以终端优惠稍有回收。

整体乘用车市场价格指数



整体乘用车市场成交价走势



折扣率	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Y2018	9.7%	8.4%	7.8%	10.2%	10.0%	10.5%	10.7%	10.4%	9.9%	9.6%	9.8%	10.0%
Y2019	14.3%	13.2%										

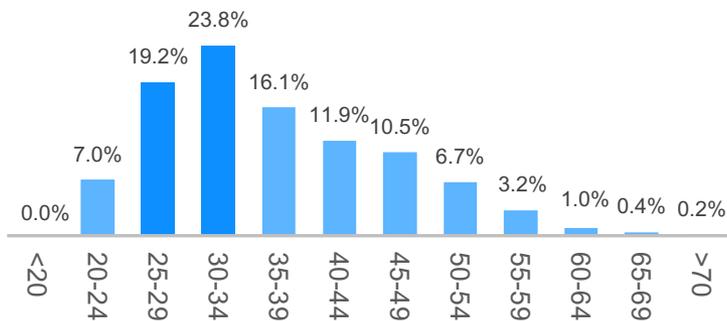
注：2019年以上月销量为权重

消费者人群分析

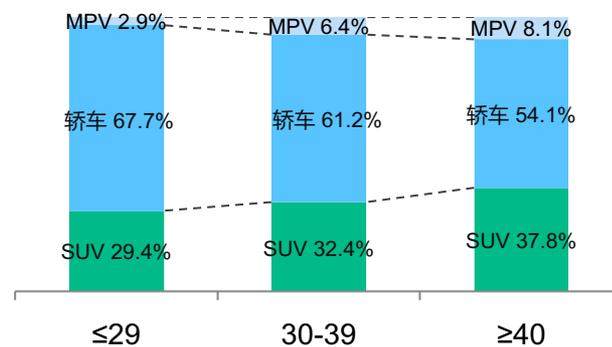
中青年为消费主力，中年人群向往SUV产品

- 数据显示，根据年龄段划分，购车主力人群集中在25-34岁；中年人群因家庭用车需求，明显偏向SUV与MPV，青年人近7成需求集中在轿车细分市场；
- 消费购车人群以男性为主，占比达到70%，女性为30%；男性在SUV、MPV的占比均大于女性，而在系别偏好上，男性比女性更偏爱自主汽车，女性对日系和德系的热爱高于男性。

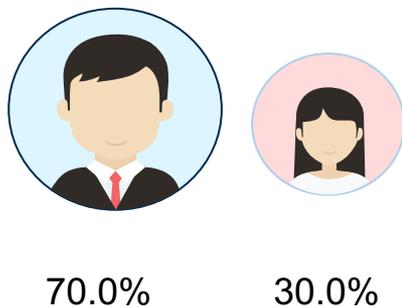
2019年全国销量年龄分布



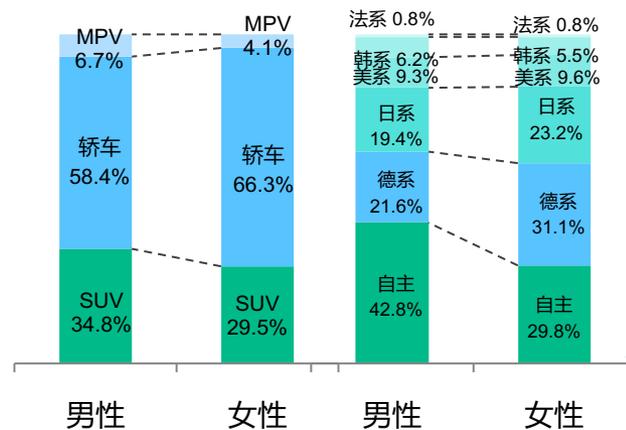
年龄段消费群分析



2019年全国销量性别分布



男女消费群分析



PART 3

第三部分 热销车型表现

※ 主要细分市场车型销量排行榜

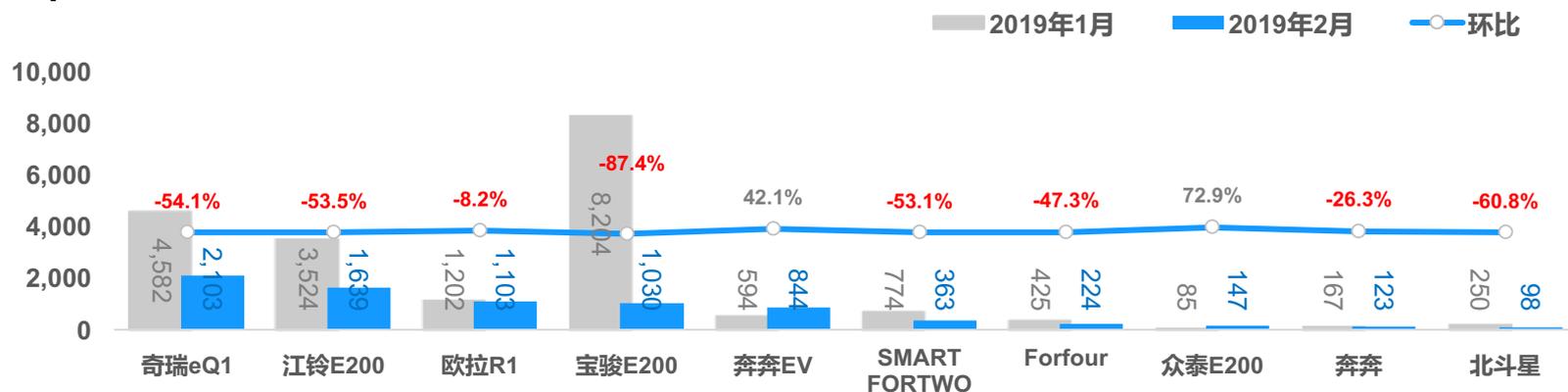
※ 主要细分市场车型增速排行榜

热销车型销量表现-微型轿车

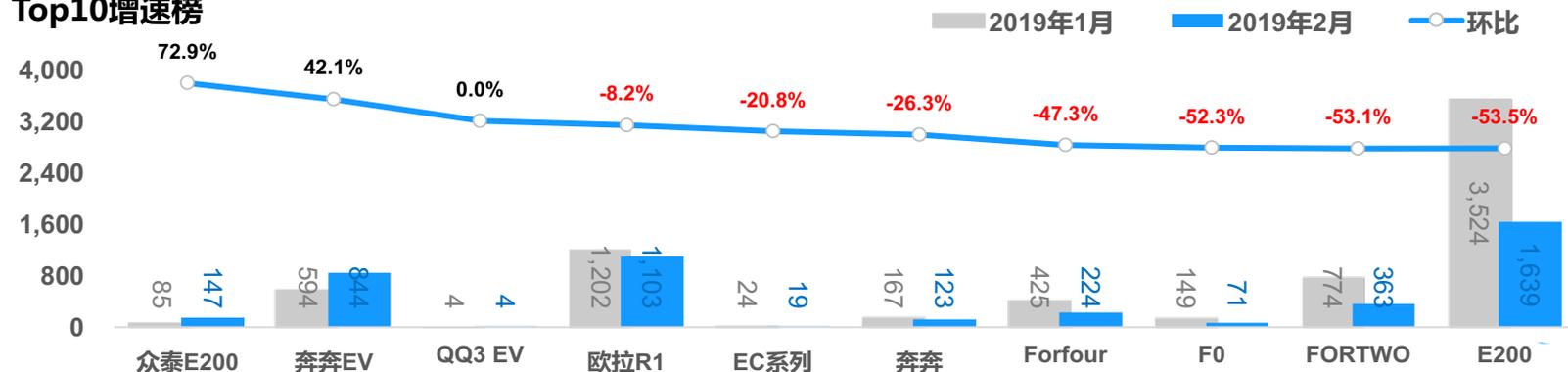
前五微型轿车均为BEV车型

- 微型轿车前五车型均为新能源车BEV车型，其中仅有奔奔EV实现环比上升，宝骏E200降幅最大达87.4%，以1030的销量退居第四。

Top10销量榜



Top10增速榜

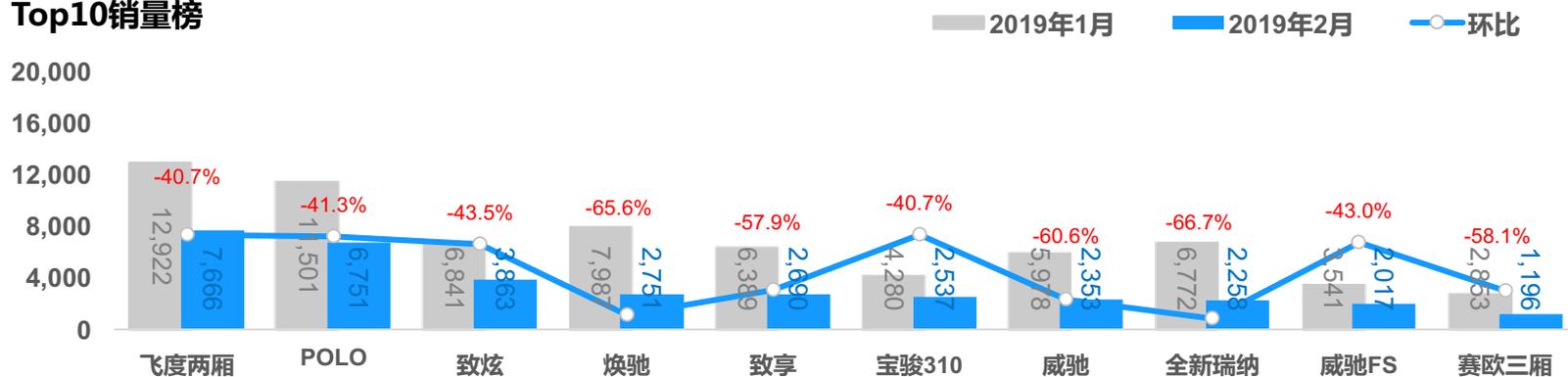


热销车型销量表现-小型轿车

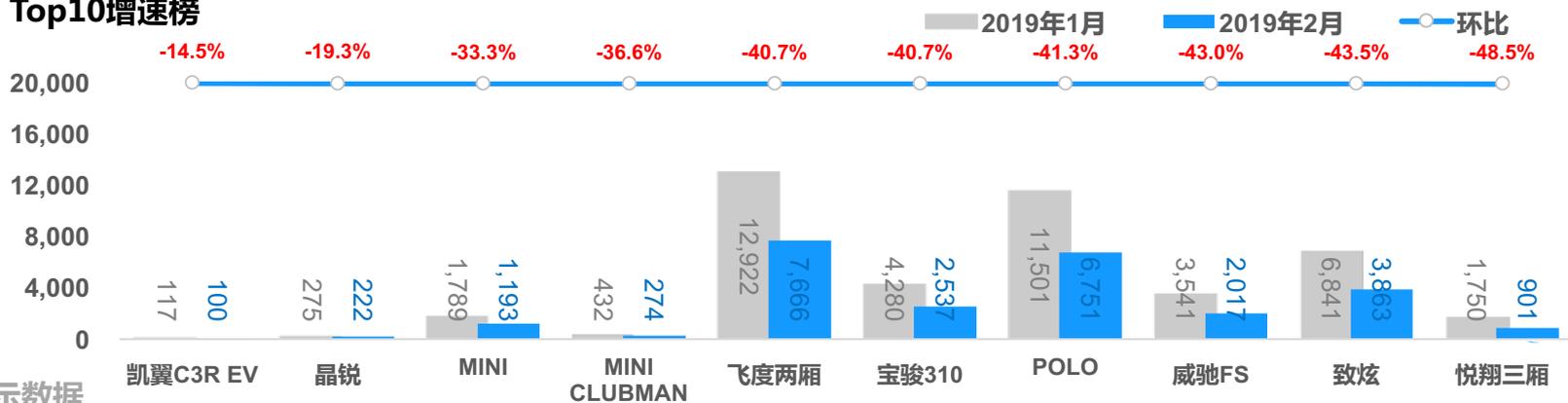
A0轿车，合资产品占多数

- A0细分前十车型，仅宝骏310是自主品牌，月销2537排名第六；飞度/威驰/致炫/致享/威驰FS为日系小车，飞度月销7666辆位居细分市场首位，大众POLO月销6751辆位居次席。

Top10销量榜



Top10增速榜

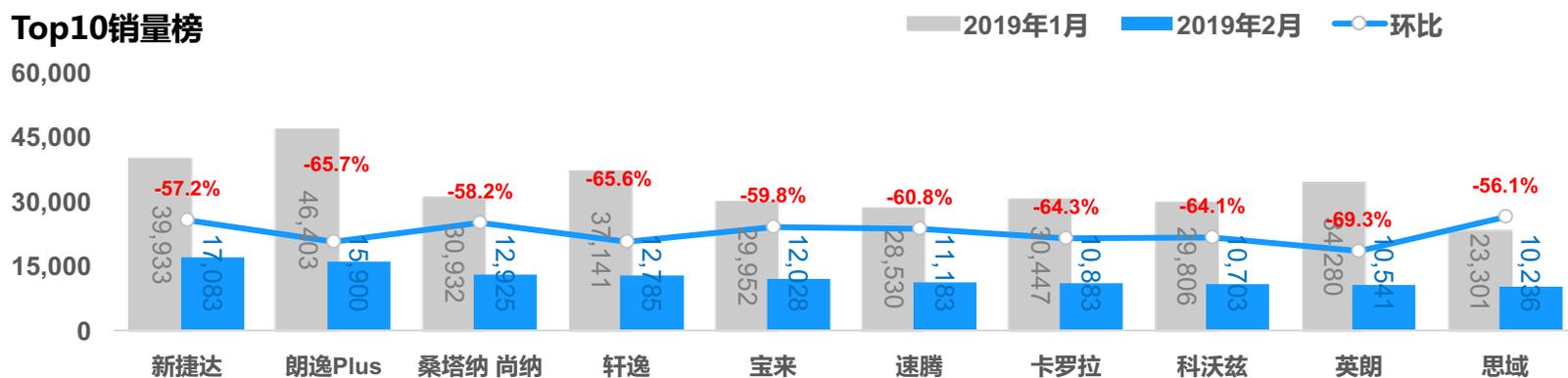


热销车型销量表现-紧凑型轿车

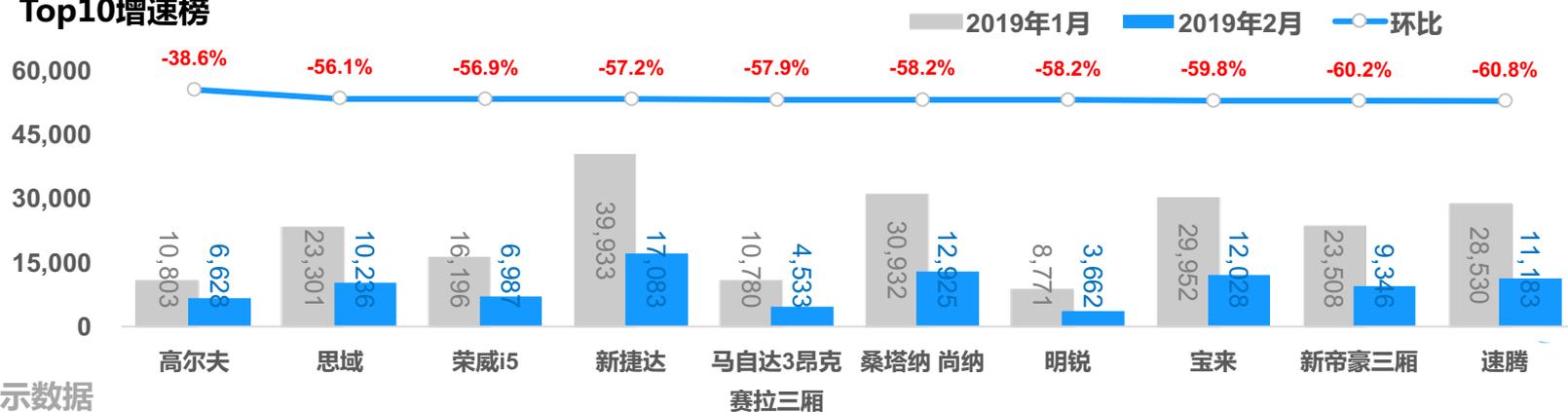
紧凑型轿车热销品牌：大众

- 一汽大众新捷达月销17083跃居紧凑型轿车销量首位，上汽大众朗逸Plus和桑塔纳尚纳分别月销15900和12925排名第二第三；
- 本月紧凑型轿车Top品牌均出现超50%的降幅。

Top10销量榜



Top10增速榜

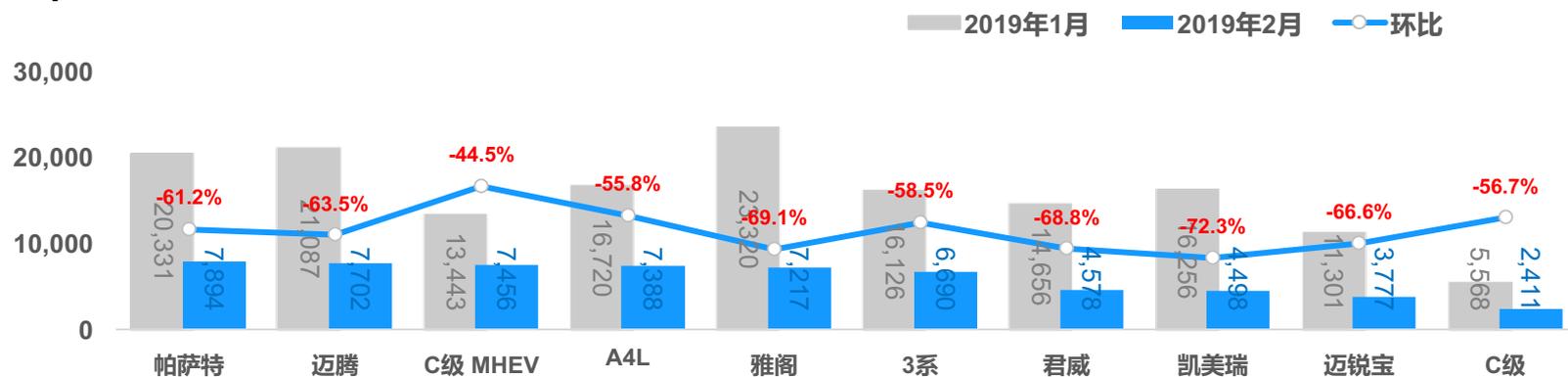


热销车型销量表现-中型轿车

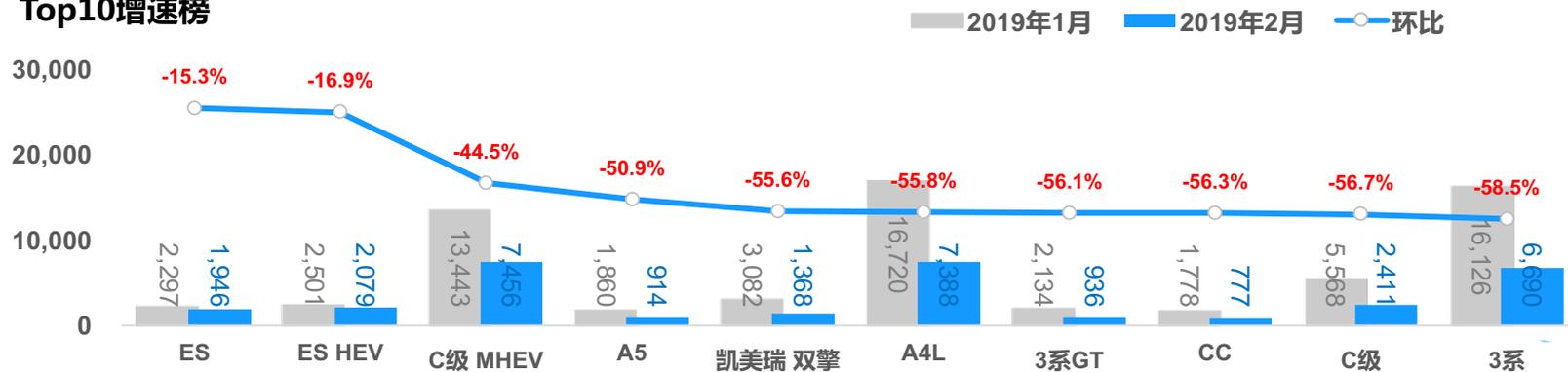
帕萨特销量位居中型轿车销量首位

- 2月，上汽大众帕萨特以月销7894的成绩击败雅阁跃居中型轿车销量首位，后者以7217的销量退居第五；

Top10销量榜



Top10增速榜

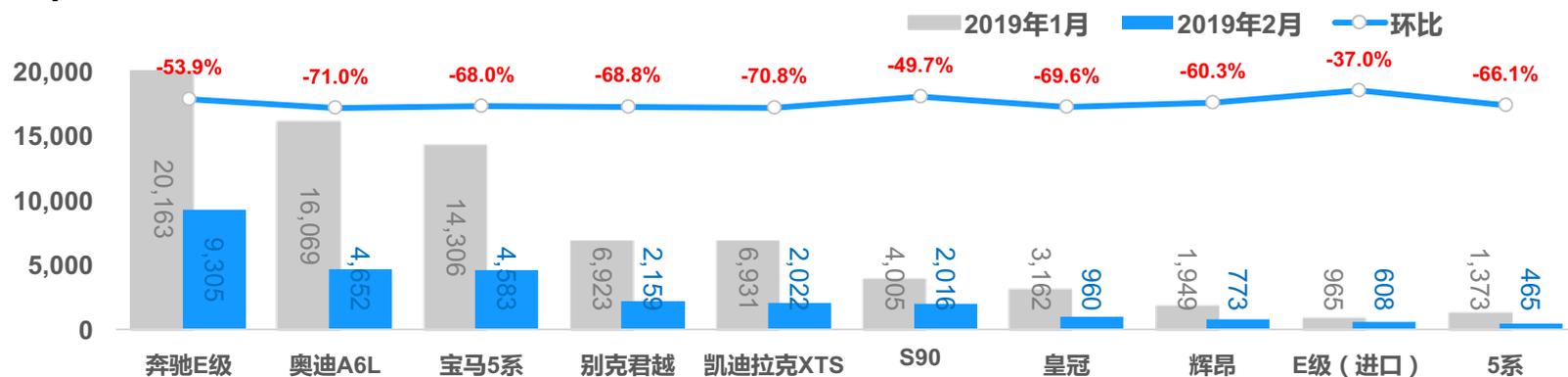


热销车型销量表现-中大型轿车

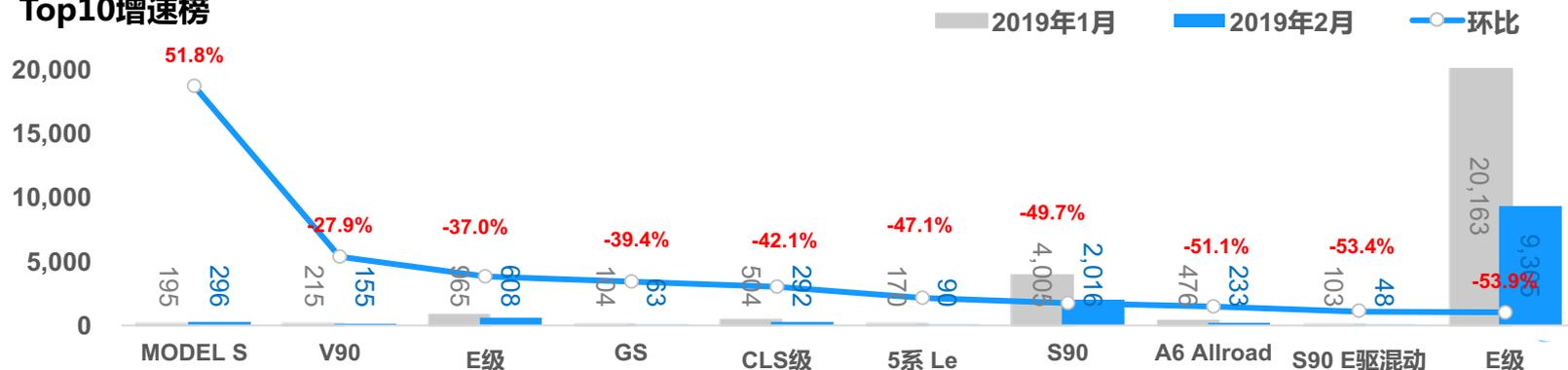
BBA占据前三

- 2月中大型轿车市场，Top10销量排行榜前三的车型依次为：奔驰E级、奥迪A6L和宝马5系；Top车型中，环比降幅最大是奥迪A6L。

Top10销量榜



Top10增速榜

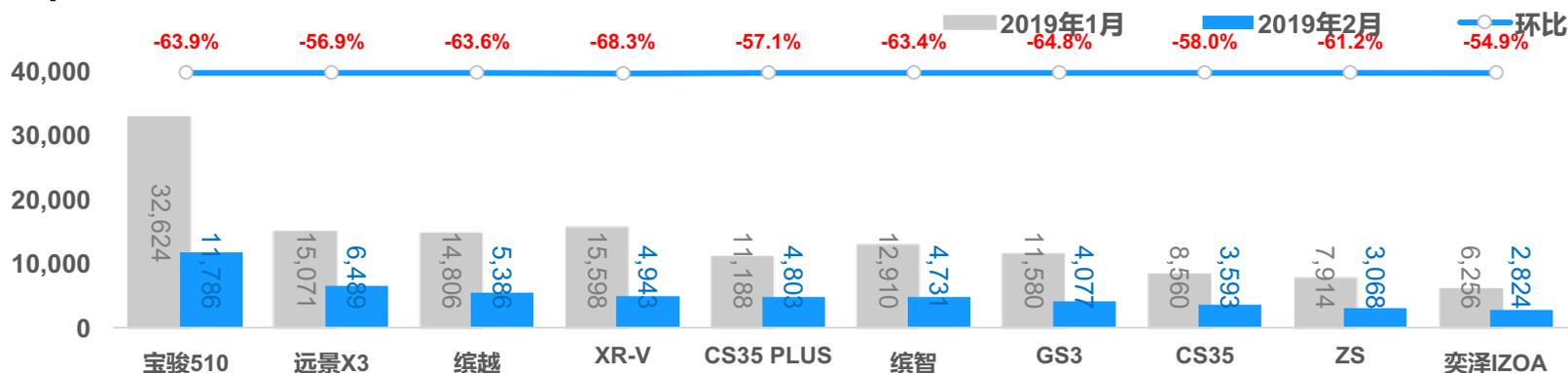


热销车型销量表现-小型SUV

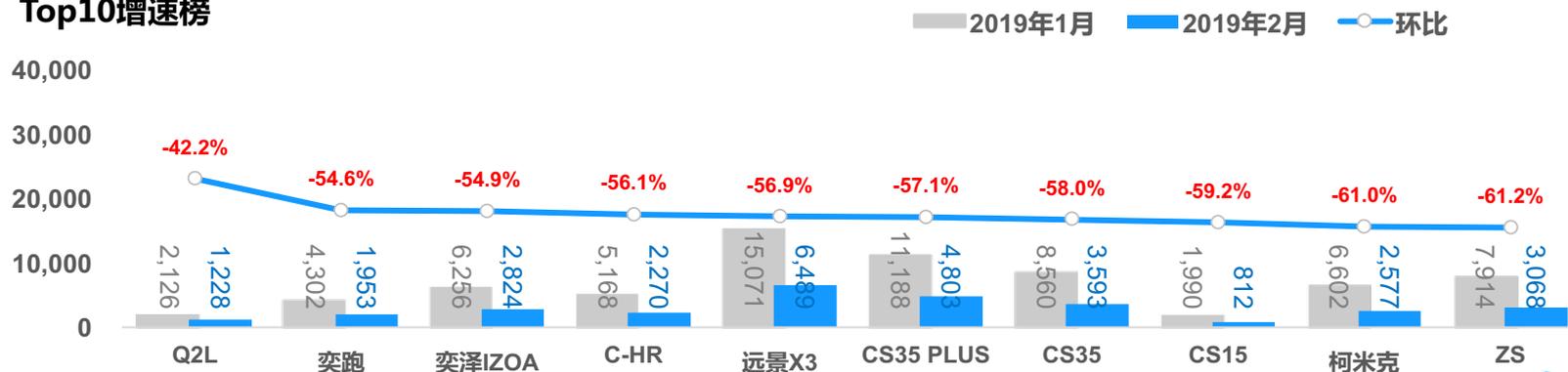
宝骏510销量稳守第一

- A0-SUV前十排行，除了本田XR-V和丰田奕泽IZOA是日系品牌，其他车型均是自主品牌；
- 上汽通用五菱宝骏以月销11786稳居Top10首位，吉利远景X3居次位，上汽ZS本次以3068的成绩冲上销量榜前十。

Top10销量榜



Top10增速榜

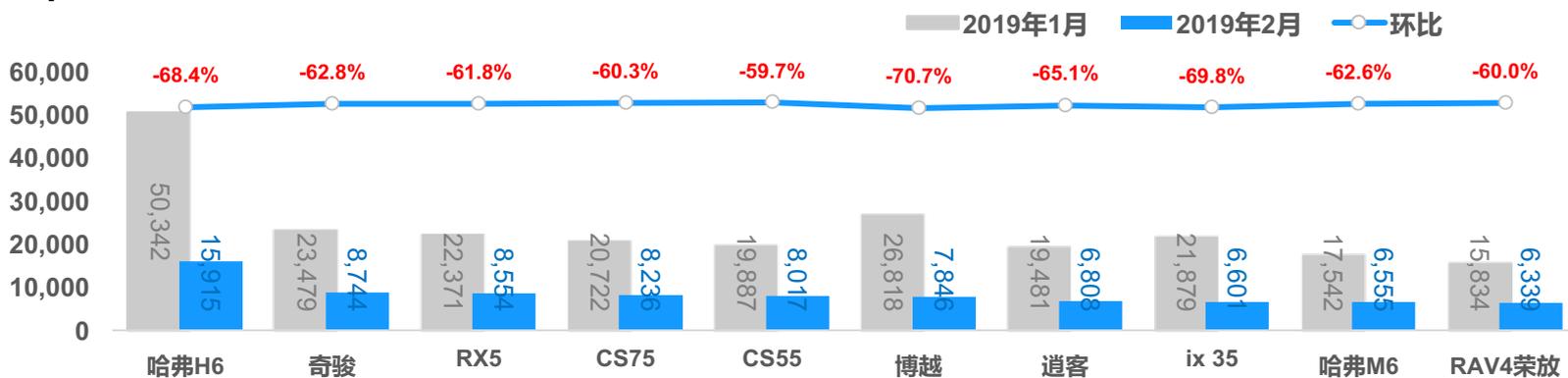


热销车型销量表现-紧凑型SUV

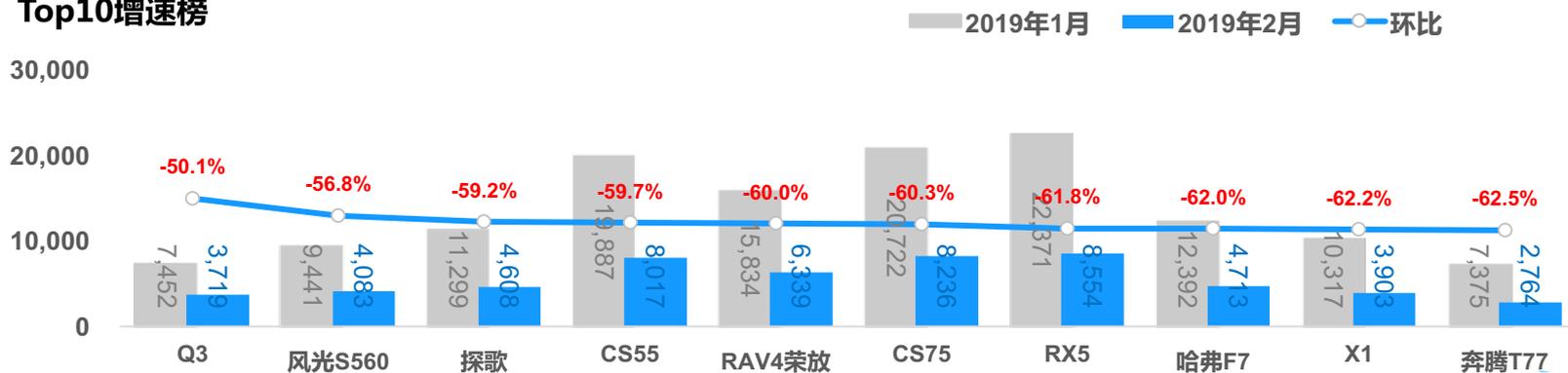
哈弗H6稳守第一

- 紧凑型SUV Top10销量榜全线环比下降，其中降幅最大是吉利博越；
- Top10品牌中，奇骏/逍客/荣放RAV4均是日系品牌，现代ix35是韩系品牌，其余均是自主品牌。

Top10销量榜



Top10增速榜

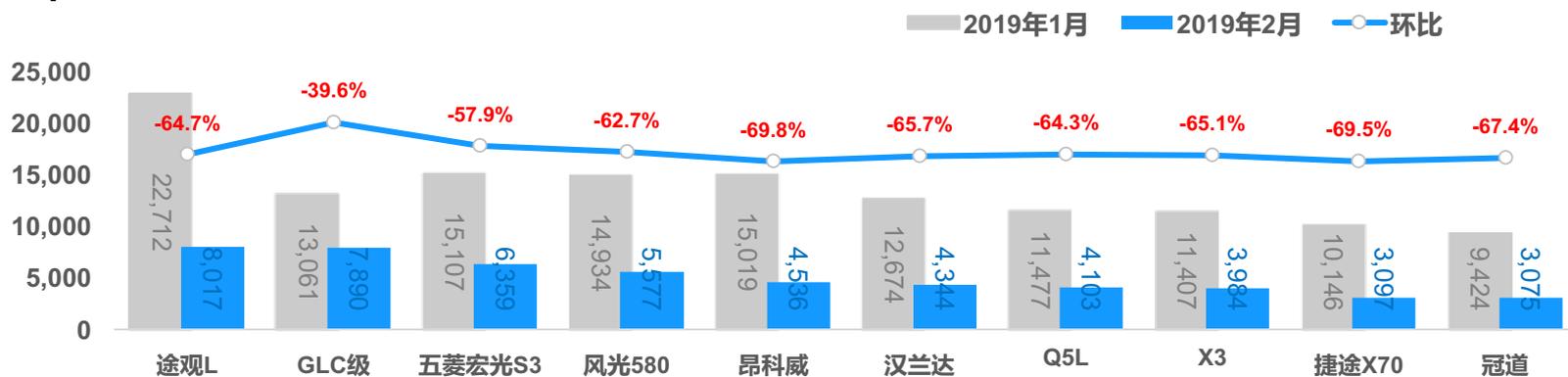


热销车型销量表现-中型SUV

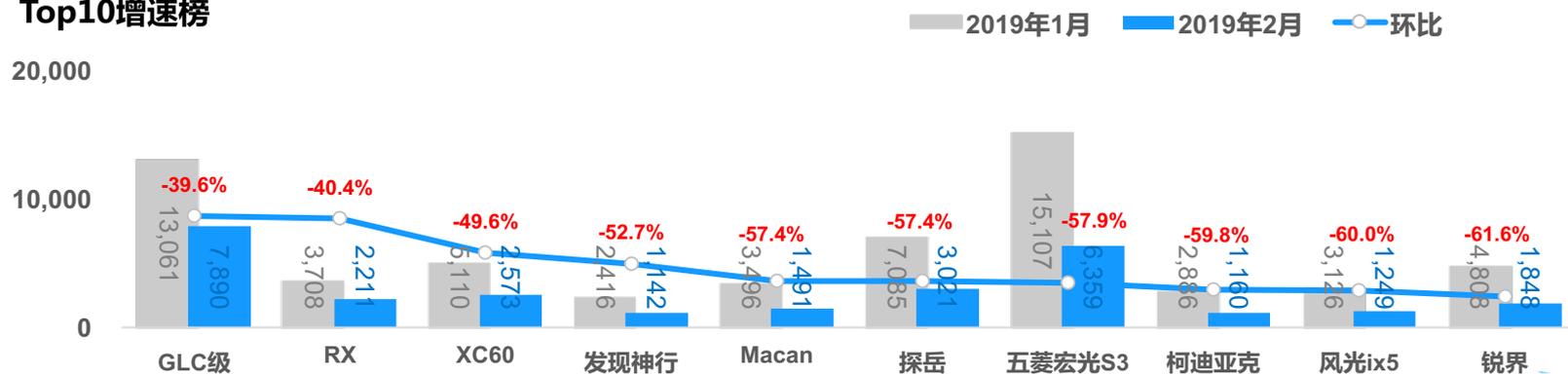
途观L稳守第一

- 2月，中型SUV市场，Top10销量排行榜前三的车型依次为：大众途观L/奔驰GLC级/五菱宏光S3，其中途观L环比下降64.7%；

Top10销量榜



Top10增速榜

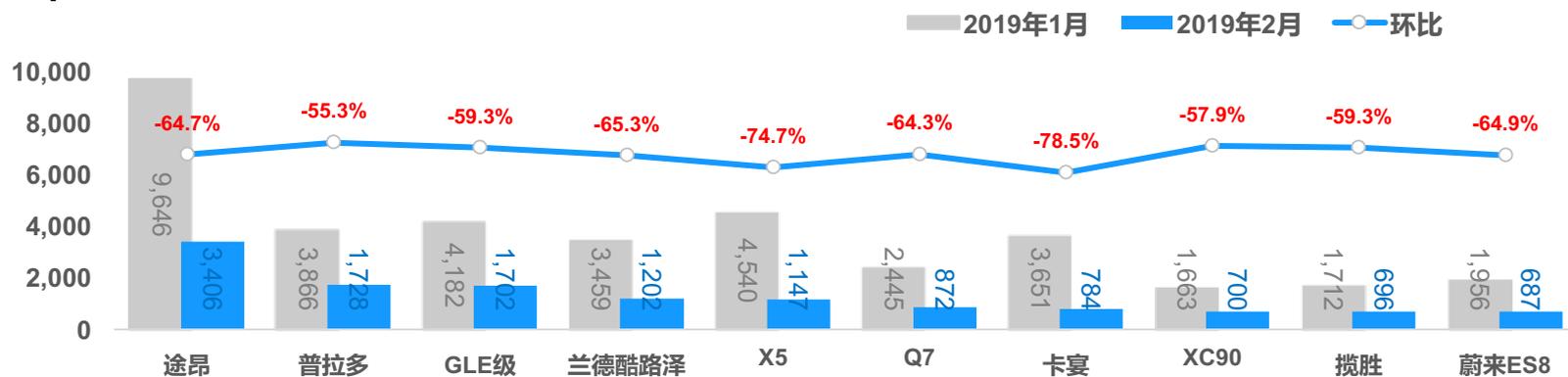


热销车型销量表现-中大型SUV

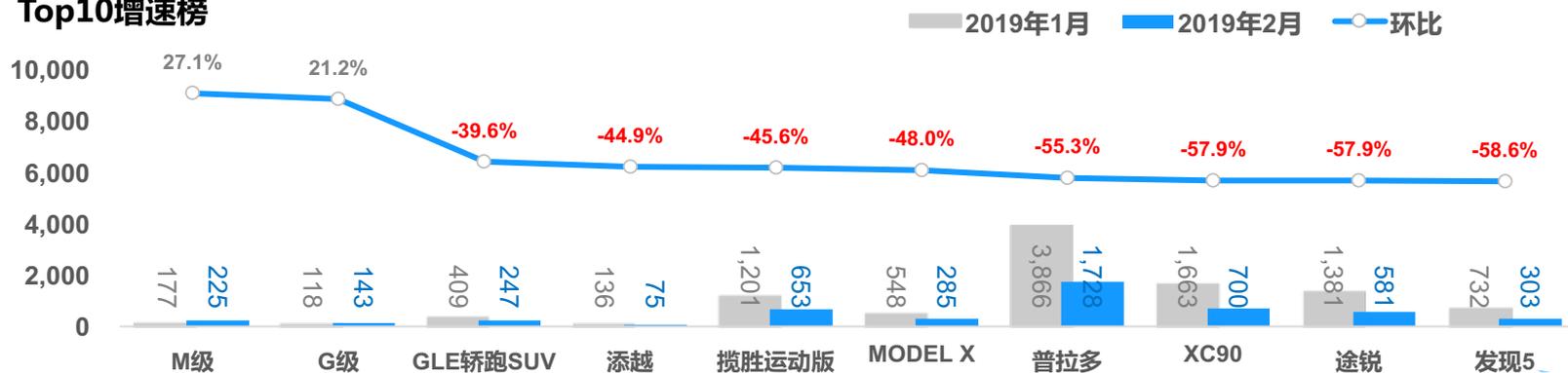
大众途昂位居细分第一

- 途昂继续位居中大型SUV首位月销3406辆，环比下降64.7%；普拉多环比下降55.3%位居次席；奔驰GLE级环比下降59.3%居第三。

Top10销量榜



Top10增速榜

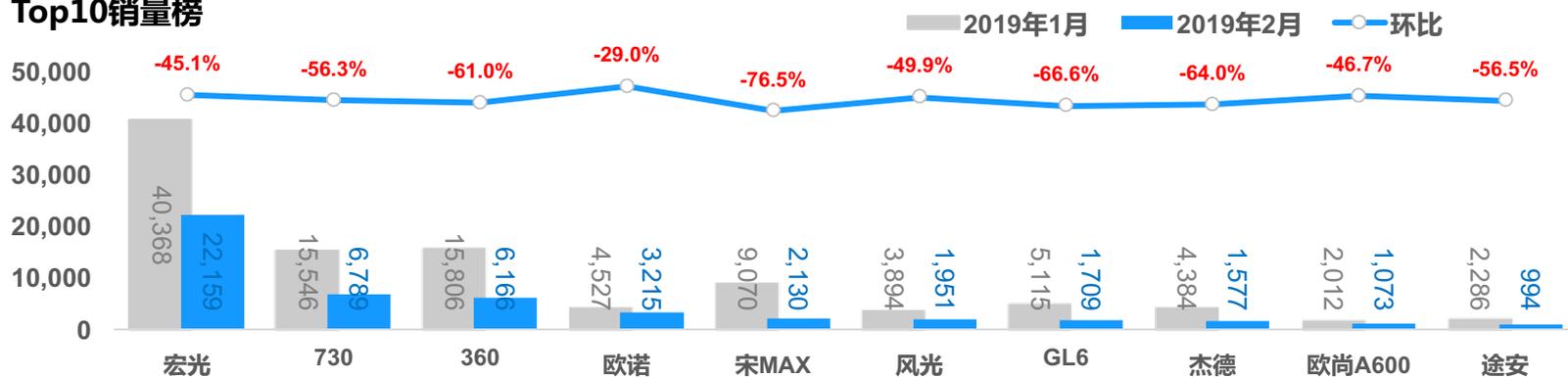


热销车型销量表现-紧凑型MPV

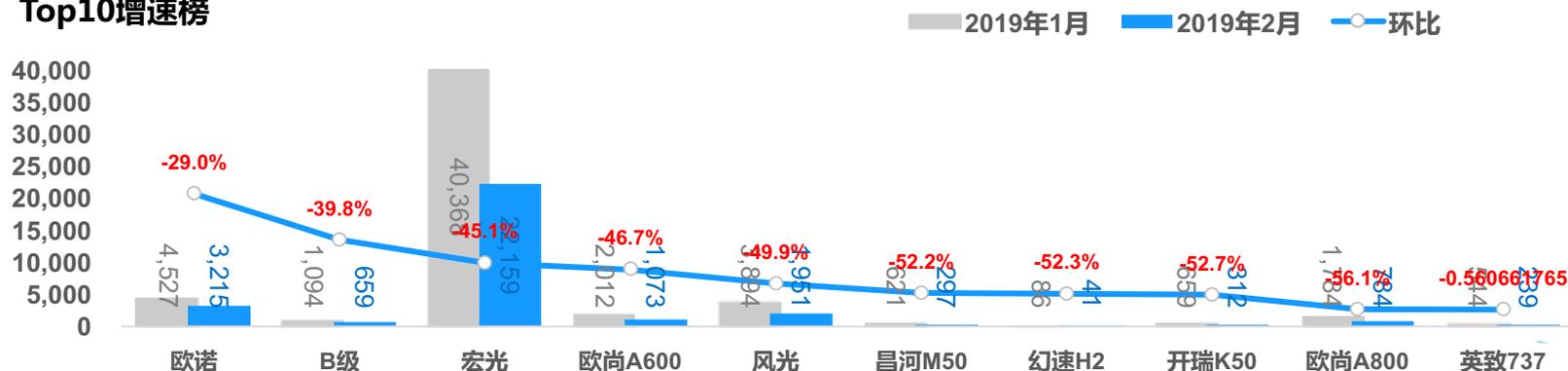
宏光继续领先

- 2月紧凑型MPV市场，Top10销量排行榜前三的车型依次为：五菱宏光/宝骏730/宝骏360，该细分前10车型均呈现环比下降。

Top10销量榜



Top10增速榜

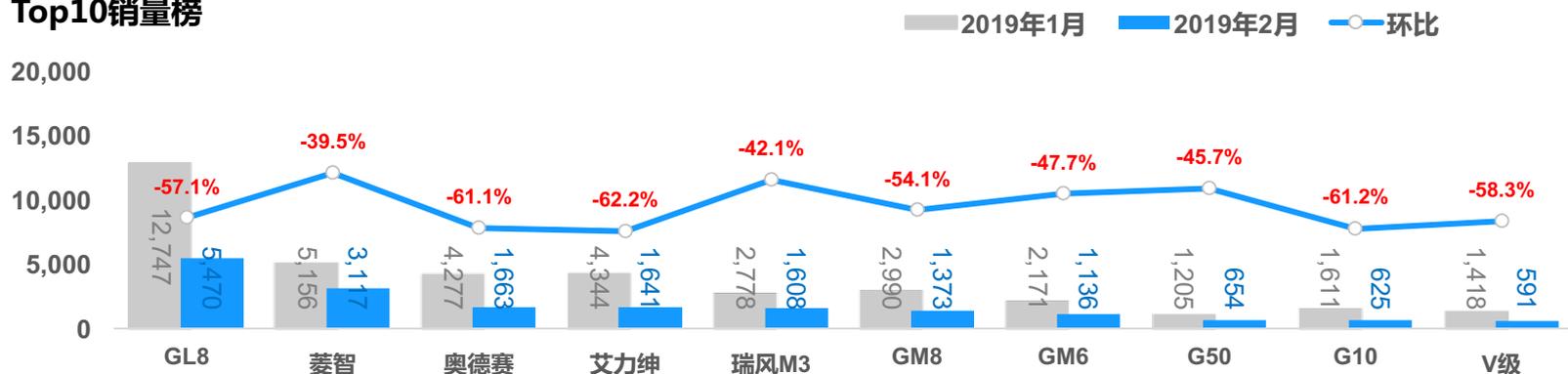


热销车型销量表现-中型MPV

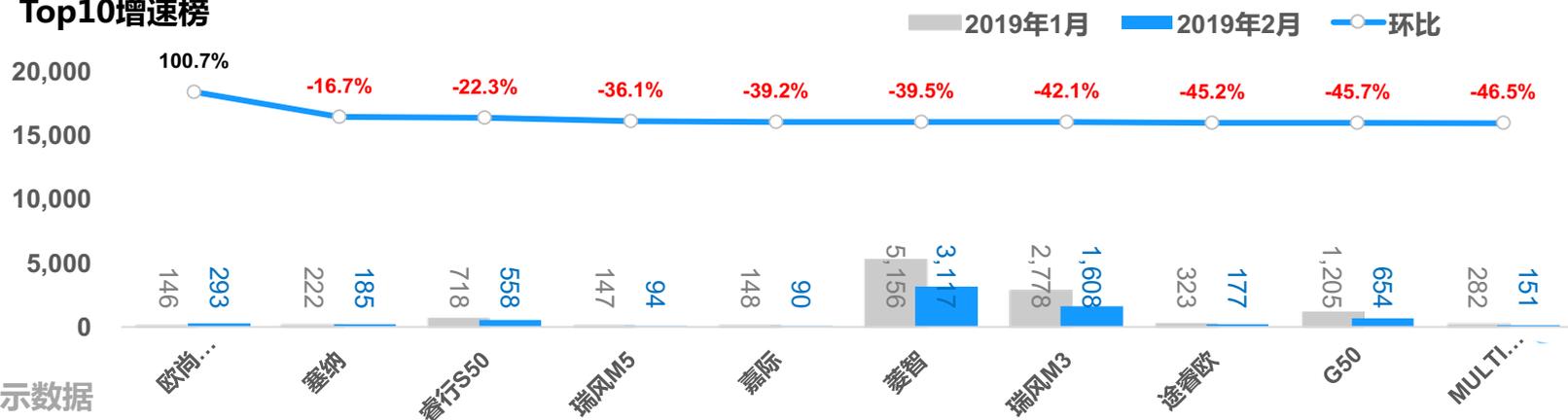
GL8市场地位稳固

- 2月中型MPV市场，Top10销量排行榜前三的车型依次为：GL8、菱智和奥德赛；

Top10销量榜



Top10增速榜



PART 4

第四部分 未来新品介绍

※ 未来新品介绍



东风本田新款XR-V申报图曝光

日前，从国家工信部获得了东风本田新款XR-V的申报信息。

外观方面，新车前脸部分采用相比现款车型更为圆润的设计，但在格栅以及雾灯区域加入大量镀铬元素。车尾部分，新车延续现款车型设计，但针对后保险杠进行调整。此外，1.5T车型采用双边共两出式排气布局，1.5L则继续采用单边单出式。

动力方面，新车搭载1.5T和1.5L发动机，最大功率分别为130kW和96kW。传动系统预计依旧采用现款的CVT变速箱。



长安CS75 PLUS官图发布

日前，长安汽车发布了CS75换代车型——CS75 PLUS的官图。

外观方面，新车采用了全新的外观设计语言，其提供两种外观风格，包括走精致豪华路线的普通版和走运动路线的S版。从图中来看，新车的前脸采用了非常独特的贯穿式LED日行灯，其将两侧造型锐利的大灯组相接。LED日行灯下方则是呈X字形的前格栅，前包围两侧还配有开口装饰。

动力方面，新车搭配蓝鲸2.0TGDI发动机，其最大功率171kW，峰值扭矩360Nm，传动系统匹配爱信8速手自一体变速箱。

东风本田享域官图发布

日前，东风本田官方发布全新紧凑型轿车——享域量产版车型官图，并公布其将于4月10日上市。

外观方面，新车基本维持了全新凌派的轮廓和整体比例，但细节造型上有着较为明显的调整。其前脸采用了与东风本田旗舰车型INSPIRE相似的设计语言，黑色格栅面板与大尺寸前保险杠开口都营造了更强的运动气息。来到车尾部分，新车保留了全新凌派的整体轮廓，并针对尾灯组进行了重新设计，中央采用了近似贯穿的灯带。同时，新车还采用了造型立体的后保险杠设计。

车身尺寸方面，新车长宽高4,756/1,804/1,509mm，轴距2,730mm。

动力方面，新车将搭载P10A5型1.0T直列三缸发动机，最大功率90kW，峰值扭矩参考凌派来看或为173Nm，传动系统预计也将匹配6速手动或CVT无级变速箱。

吉利纯电动车型GE11定名“几何A”

日前，吉利汽车官方公布了旗下首款全球市场纯电动车型GE11的中文名称——几何A。

外观方面，新车前脸采用了非封闭式的设计，下格栅能够实现最大程度的分流，并能够根据车辆行驶速度进行七个基础角度调节，配合机舱盖上有凸起的U型棱线设计，以及前保险杠左右两侧“C”字形的造型，可有效降低行驶中的风阻系数。新车的灯组全系采用LED光源，其前大灯集成日行灯、位置灯、转向灯、充电指示灯及远近光于一体。末端三道渐变的智能充电指示灯，在充电时根据电量不同呈现出层层递进的闪烁效果，转向灯则为流水点亮方式。

动力方面，新车的电动机峰值功率为130kW，电池组由宁德时代提供，车辆还将推出500km和410km两个续航版本。



公司介绍

达示数据是威尔森旗下品牌，以汽车产业数据交易为主营业务，集报告营销、多元化数据交互为一体的大数据交易平台，为客户提供全面、实时、准确的汽车行业数据。

公司通过多年的数据管理经验搭建了高效、稳定、标准化、互联互通的数据仓库，拥有逾10年的历史数据，数据种类超59种，公司具有丰富的行业经验，市场占有率高达80%，与40多家厂商客户成为长期的合作伙伴。

版权声明

本报告为达示数据制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。

任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

联系我们

黄小姐

Tel +86 20 83780030
Cell +86 18899730815
E-mail huanghaiyun@way-s.cn

麦先生

Tel +86 20 83780030
Cell +86 13751766530
E-mail maizhongwen@way-s.cn





THANK YOU

WWW.DAAS-AUTO.COM

