

综观广州车展 预测明年车市



车市评论

中国汽车自主品牌要经风雨见世面

今年以来,自主品牌遇到了前所未有的困难,销量增幅与市场份额双双下降,就是证明。

说自主品牌这次遇到的困难是“前所未有”,因为这次遇到的是市场危机,销售困难,产品不好卖,甚至卖不出去。

市场危机是企业最大的危机。

我们知道,改革开放以后,中国成为全球最大,也是增长最快的汽车市场,特别是“轿车进入家庭”起步较晚,市场比较适合“低档起步”。中国汽车自主品牌企业最初遇到的是“不准进入”的困难,一旦突破了“进入”的政策障碍,中国企业的模仿智慧便能得到淋漓尽致的发挥。

但是这种宽松的市场环境,也造就了中国汽车自主品牌“低端低价”的产业特征。当跨国公司和合资企业忙于中高端市场,无暇顾及或者不屑顾及低端市场时,在强大的市场需求下,低端起步的中国自主品牌企业,发挥低价优势,既能很快切入市场,也都有过一段“野蛮生长”的黄金时期。查查看,哪家企业不把翻番的增速当“平常小菜”?

随着中国汽车业的高速增长,支持汽车发展的相关资源,如土地、能源和城市清洁空气等,越来越紧缺,市场迅速地趋近阶段性饱和,特别是大中城市,市场竞争越来越激烈。同时,合资公司随着规模的扩张,降成本的能力大大提高,胃口也越来越大,他们将产品下探,价格下降,抢占原本属于自主品牌的市场份额,导致自主品牌低价优势的市场效果渐渐淡化,生存空间被大大压缩,自主品牌的市场危机就浮出水面了。

近来燃油和安全标准的提高,对自主品牌更是雪上加霜,尤为不利。在这种情势下,一些自主品牌企业期盼政府给予更多的政策支持,一些专家也为之大声呼吁。

然而,一些有识的企业管理者懂得,政策支持,救得了一时却救不了长久,更救不了根本。就全球范围讲,能源特别是石油资源只会越来越少,而人们对生活质量的要求则是越来越高,空气要清洁,车子的安全性越高越好,因而提高油耗和安全标准,这是大趋势。市场对所有产品是一视同仁的,自主品牌企业必须转型,必须要过好这一关。

我们过去常说“把压力变成动力”,这句话现在也没有过时,中国汽车自主品牌企业必须要“经风雨,见世面”,把提高产品质量和品质当做第一要务,而不能企图说服政府,对自主品牌产品放宽油耗和安全标准。

(徐小飞)

自主品牌 寒冬将至

今年总体车市不如预期已是有目共睹,据全国乘用车联席会的数据,全国广义乘用车前10个月累计销量为1103.06万辆,同比增长仅4.4%,这个数据仅是前几年跃进式增长的“零头”。而在十月份,由于优惠政策退出的影响,全国乘用车销量更是出现了今年以来最大幅度下跌。而自主品牌则无疑为车市“重灾区”。在此次广州车展上,不少媒体使用了“失声”来形容境况不佳的自主品牌。除了华晨与华泰发布了数款新车之外,自主品牌的风头几乎全部被“合资自主”给抢走。

不少自主品牌车企负责人表示,在合资车企价格一再下探的情况下,以往10万元以内的自主品牌的主阵地受到了极为严峻的考验。此次广州车展上,自主品牌们的反击更多是基于价格层面:海马汽车抛出了“亿元巨献”的噱头;而

众泰汽车紧跟其后,推出一系列重磅促销活动。与此同时比亚迪也推出众多优惠,据解除G3之外,FO、F6等产品都有大幅的让利。在奇瑞的展台上,旗云系列产品推出“旗云放价抢购”让利活动。对于10万元以内的车型而言,此次自主品牌让利覆盖产品面之广、优惠幅度之大是少有的。

资深业内专家吴迎秋表示,尽管自主品牌今年在整车设计、动力技术方面有着不小的进步,然而相比较于国际一线汽车品牌,其劣势还是非常明显。“如果2012年车市大盘继续向下探底,那么首先其冲受到影响的肯定是缺乏核心竞争力的自主品牌。”在轿车阵地,自主品牌已经仅仅靠降价来维持市场份额。而今年自主品牌纷纷上马SUV、新能源项目,这在带来机遇的同时也加大了风险。

合资自主 风头正劲

与集体失声的自主品牌相比,今年广州车展上“合资自主”可谓一大亮点。东风日产自主品牌“启辰”已经如箭在弦上,东风日产为其注入了基于TIIDA技术平台的强大支持,而且东风日产体系调集精兵强将,东风日产市场部部长叶磊将亲自上阵推动“启辰”项目,志在必得意图非常明显;无独有偶,今年表现不错的北京现代也突然发布了自主品牌“首望”以及首款概念车,开启了北京现代的自主品牌和自主创新之路。加之东风本田和已经上市的广汽理念,一时间“合资自主”似乎成为了车市的流行词语。

尽管“合资自主”眼下正热闹无比,然而合资车企将原有车型稍加改变挂上新标的做法却也饱受非议。需要承认的是,合资品牌无疑在技术、研发实力上都优于传统的自主品牌。而且随着一线市场的不断饱和,这样的调整策略目标直指潜

力巨大的二三线市场,合资车企们的布局可谓步步紧逼,但同时留给自主品牌的生存空间也日益狭窄。对于产品的知名度和销售渠道而言,合资自主品牌依托成熟的合资车企运作,使用前沿的汽车技术,配合完整的零部件供应链,使得合资自主品牌形成了高效、战斗力强大的团队体系。同时以全球标准为品质基准,在确保可靠品质的同时,提供性能与价格的最佳平衡。

吴迎秋认为,在2012年“合资自主”将和现有的传统“自主品牌”短兵相接。而合资自主沿袭合资品牌的机制,在制造成本和营销体系上的优势将使得自主品牌面对严峻的竞争压力,合资自主将会挤压“自主品牌”的生存空间。据悉,接下来还有宝马、标致、雪铁龙也都将申请合资自主品牌,2012年合资自主品牌车型或许将成为车市主角。

合资车企 拼抢中高级市场

今年车市,最热闹的莫过于中高级车市场。包括东风日产、北京现代、南北大众以及上海通用在这一领域展开了非常激烈的较量。在此次广州车展上,上海通用带来了明年即将上市的雪佛兰迈锐宝。这款在国外已经有8代历史的车型登场颇有些“火上浇油”的意味。不少车企高层认为,对于合资车企而言中高级车市场有着极为重要的意义。“无论是品牌形象还是利润贡献,对于

合资车企而言这是必须拿下的市场。”北京现代常务副总经理李峰今年无疑坐到了火山口上——今年4月第八代索纳塔上市时他曾放出豪言,“如果今年索纳塔销量达不到5万辆将主动请辞”。半年过去了,眼下第八代索纳塔月销量已经过万,也许李峰不用辞职已经是小事,韩系车的快速崛起在很大程度上正改写着中高级车市场的格局。

(李林)

