

汽车换标,一场营销秀?

专家认为,换“心”比换标更重要

继5月7日标致品牌进行发展史上的第十次换标行动后,上周,一则关于“起亚将在全球范围内更换品牌标志”的消息也在业内传得沸沸扬扬。

近年,车企的换标行动似乎有愈演愈烈之势。2006年和2007年,包括长安、吉利、长城、海马、江淮在内的5家自主品牌,掀起了一轮轰轰烈烈的换标热潮。2007年,菲亚特全球换标。2008年,华泰现代弃现代的“H”标,换上了代表自主的“U”标,众泰汽车也发布了全新标志。2009年,雪铁龙全球换标。

我们看到,伴随各车企换标行动的是新产品上市、新战略发布和对新品牌形象的定位。而换标行动也成为了一场车企演绎新形象,展示新方向,传播新理念的营销盛事。对车企而言,因为更换车标提升销量的可能甚小,他们更看重的是通过换标提升品牌的认知度。

借换标,车企大搞营销

自主品牌出世之初形成的“低端、技术含量低”的形象无疑是它们提升国内市场份额,进军国际市场的一大障碍。这也引发了吉利、长城、长安、海马、江淮在2006年和2007年的换标热潮。虽然各个车企对外宣称的换标背景和目的并不相同,但总的来说,都是期望能通过换标坚持自主研发的决心,提升品牌形象,为自身的发展铲平障碍。

2008年,华泰汽车褪掉了合

资的“H”标,换上自主“U”标。“对于华泰来说,抛弃使用多年的原有标志,更换成很多消费者不熟悉的新标志,这种阵痛是所有坚持自主品牌振兴之路的车企所必须承受的。在更换车标的初期,确实受到了消费者的质疑。但华泰汽车对于自主研发的坚持以及配套服务和网络的提升最终得到了认可。”索尔华泰副总经理冯健表示。

据了解,经过一年多对品牌形象的推进,对网络布局的扩张和下探,2009年圣达菲的销量在SUV细分市场排到了全国的第六位。消费者也逐渐接受了华泰的新标志和新形象。

推新品,放大换标意义

2009年,在雪铁龙全球换标之际,东风雪铁龙总经理穆懿夫表示:“换标只是一个形式,而提升品牌形象比较重要的措施主要还是产品的导入。”

在换标的同时,世嘉三厢全球首发,同年底,C5的上市也打破了雪铁龙在国内B级车市场的空白局面。由于早期的富康与爱丽舍给人的低端与老旧印象,新产品的发布,无疑是东风雪铁龙重塑品牌形象的实体化诠释。东风雪铁龙公关分部主任张洪汉表示,全球换标无疑为东风雪铁龙提供了回归品牌高端价值的良机。

而如今起亚酝酿换标的背景与举措,与雪铁龙颇为相似。在SOUL上市时,东风悦达起亚曾高调宣布,将在2010年全力提升品



牌影响力,而最近传出的换标消息无疑就是一个佐证。

业内人士认为,新产品的上市、新理念的发布以及网络布局和服务品质的提升,是对“新标志”的具体诠释。而越是注重理念与实际搭配的车企,其换标的意义也将得到更好的传播与认可。

换“心”比换标更重要

资深汽车分析师向寒松认为,车企“换标”不外有三个目的,提升品牌形象、满足消费需求以及彰显全新理念。纵观各大车企发展史,大多都有换标经历。相对弱势品牌来说,换标将吸引更多关注,对提升品牌影响力大有帮助。但对于消费者来说,产品品质

才是他们最看重的。因此对于车企来说,换“心”比换标更重要。

对于车企换标,消费者的反应如何呢?记者随机进行了采访。消费者刘先生说:“我在选车的时候会去看重品牌形象,对于车企的换标也会关注,对于好的理念也会很认可,但换标对于我的影响不会太大,产品本身的品质能更好地代表一个品牌。”

消费者王先生也表示:“我并不清楚有哪些车企在换标或已经换了标。这些不是我关注的重点。举例来说,我对自主品牌看法的改观,是因为近两年自主品牌推出的不少车型确实在品质上有了大幅提升,性价比比较高。但是对于他们是否换过标,我确实不清楚。”(陈瑶)



车市资讯

行业巨头 抢吃“汽车大餐”

近日,国内最著名的管理软件提供商用友公司宣布,以4.91亿元收购上海英孚思为信息科技股份有限公司100%股权,收购完成后,用友将一举获得汽车行业信息化领域的领导地位,并完成行业经营的纵深布局。

据介绍,此次被用友收购的英孚思为国内最大的汽车行业应用管理软件及其服务的供应商,客户包括上海通用、上海大众、长安福特、一汽大众等20家中外汽车厂商和3500多家4S经销商,2009年度实现营业收入9281万元。

无独有偶,首钢集团相关负责人近日也表示,将继续保持美国德尔福在汽车悬架和制动业务领域的领先优势和竞争力,并寻求汽车零部件产业的新资源和新机遇。据介绍,今年第一季度,京西重工创造了1.6亿美元的销售业绩。(陈筱红)



他山之石

美日 如何扶持新能源车

美国对新能源车产业的补贴政策主要采取税额减免的办法,对符合补贴标准的混合动力车以销量6万辆为界线,累计销量达3万辆后,消费者享受50%减税优惠;累计销量超过4.5万辆,消费者享受25%的减税额;累计销售超过6万辆后,购车者不享受减税优惠。

美国政府认为,在车企的新能源车销量超过6万辆后,其基本上在这一领域实现了产业化,政府补贴的必要性不太明显。这一制度设计的目的是把有限的补贴资金用在真正想致力于发展新能源车产业的企业身上。

另一方面,日本政府对个人消费者购买包括混合动力车在内的环保车减免车辆购置税和重量税。比如售价200万日元、车重在1吨到1.5吨的混合动力车,车辆购置税优惠可达10万日元,汽车重量税则可减免5.67万日元。而随着所购车型的增大,消费者所享受的补贴额也将增加。(章天明)



车市分析

中国自主品牌车企瞄准印度市场

谁也无法否认,2010年5月中国乘用车市确实有点冷。据中汽协公布的统计数字,2010年5月,乘用车产销分别完成103.15万辆和104.32万辆,环比分别下降9.72%和6.09%。



但与此同时,另一个地方车市正在升温,那就是印度。从2009年底开始,越来越多中国车企们看上了印度市场。继上海汽车宣布将携手通用汽车进军印度市场后,北汽福田、奇瑞汽车、吉利汽车和长城汽

车纷纷排起了进入印度市场的“长队”。近日,来自北汽福田的消息显示,他们在印度成立了一家卡车工厂,2011年产能将达到10万辆。至于这些车企打入印度市场的商品,则种类繁多,既有轻型客车,又有重卡及公交车。

为何中国汽车企业兴起了印度热?在多家汽车企业高层沟通时,他们都认为现实的可行性以及未来的高成长空间是进入印度的两个主要原因。

所谓现实可行性,即中国产品的竞争优势正是印度市场需求之所在,达到了双赢。众所周知,中国已经成为全球低成本、大规模的整车生产基地,中国汽车的优势就是

高性价比的便宜车。与印度相比,中国汽车显然是高品质的,至少有安全保障,有窗、有门、有空调。逐渐步入汽车社会的印度,正需要中国生产的这些车,价格不贵且安全。

所谓未来的高成长空间,是指印度和中国一样,被全球公认为最有成长性的汽车消费市场。尤其当中国汽车年销量1360余万辆后,中国汽车年销量很难保持两位数以上的增长,这时印度变得更有诱惑力!试想一下,2010年预计印度汽车的销量为300万辆,如果印度将来能变成年销量1000万辆的大市场,任何一家中国车企若能占据3%的份额,将代表多少销量收入和利润!(赵力)



汽车词典

EBD

EBD即电子制动力分配系统,它能够根据由于汽车制动时产生轴荷转移的不同,而自动调节前、后轴的制动力分配比例,提高制动效能,并配合ABS提高制动稳定性。

汽车在制动时,四只轮胎附着的地面条件往往不一样。比如,有时左前轮和右后轮附着在干燥的水泥地面上,而右前轮和左后轮却附着在水中或泥水中,这种情况会导致在汽车制

动时四只轮子与地面的摩擦力不一样,制动时容易造成打滑、倾斜和车辆侧翻事故。

EBD用高速计算机在汽车制动的瞬间,分别对四只轮胎附着的不同地面进行感应、计算,得出不同的摩擦力数值,使四只轮胎的制动装置根据不同的情况用不同的方式和力量制动,并在运动中不断高速调整,从而保证车辆的平稳、安全。

行天下 闯天涯
全新 萨普征服者大皮卡

科技是未来之翼

萨普征服者大皮卡 售价 8.98万-10.88万

销售热线: 0379-65513908 (林安汽车城) 15036353777
洛阳专营店: 13461082777 (曼山汽车城)

平顶山专营店: 13461081777 (新世纪汽车城)
平顶山专营店: 13461090777 (物资大厦内)

郑州: 15111111111
新乡: 15111111111
许昌: 15111111111
漯河: 15111111111
周口: 15111111111
驻马店: 15111111111
南阳: 15111111111
信阳: 15111111111
商丘: 15111111111
菏泽: 15111111111
济宁: 15111111111
泰安: 15111111111
德州: 15111111111
聊城: 15111111111
滨州: 15111111111
东营: 15111111111
威海: 15111111111
烟台: 15111111111
青岛: 15111111111
日照: 15111111111
临沂: 15111111111
枣庄: 15111111111
徐州: 15111111111
淮安: 15111111111
盐城: 15111111111
扬州: 15111111111
泰州: 15111111111
南通: 15111111111
苏州: 15111111111
无锡: 15111111111
常州: 15111111111
镇江: 15111111111
扬州: 15111111111
泰州: 15111111111
南通: 15111111111
苏州: 15111111111
无锡: 15111111111
常州: 15111111111
镇江: 15111111111