

自主车企在 2014 年遭遇长时间“销售寒潮”警示人们,告别模仿路线,加强品牌建设才是自主车企务实的生存之道

自主品牌车企逆势谋突围



李骁 绘/CFP

资品牌生产的外国品牌汽车在新车推出数量和推出速度上加快以及产品价格下探等。除此之外,社会各界和消费者缺乏对自主品牌汽车的了解,缺乏购买和使用自主品牌的气氛也是重要因素。

对此,中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬表示,中国的汽车产业发展历程与美国等发达市场不同,目前自主品牌不仅面临着与外国品牌的竞争,同时也面临着自主品牌间激烈的自我竞争,中国品牌大多处于相同的细分市场,彼此之间的市场竞争非常恶劣,缺乏应有的合作。董扬预计,自主品

牌份额今年可能还会继续缩水,形势十分严峻。

许多业内人士对今年自主品牌汽车的形势也不看好,对自主品牌生死存亡的担忧再一次笼罩汽车行业。新华信息咨询(北京)有限公司副总裁金永生表示:“2105年,自主品牌淘汰赛将进一步加剧,一部分自主品牌将进一步边缘化甚至出局。”

“模仿”只能处于被动

虽然经过十多年发展,自主品牌汽车发展已取得巨大进步,但目前内外交困现状折射“汽车强国”之路依旧任重道远。特别自去年自主品牌市场占有率遭遇“十二连降”之后,关心其命运的人都忧心忡忡,纷纷为下一步发展出谋划策,有人提出,应重新进行顶层设计,但苦于工程浩大、利益盘根错节,短期内很难出结果;有人认为,自主品牌企业应“抱团突围”,可无奈中国企业之间常出现“窝里斗”现象,改变这一陋习非一日之功;有人

受到伤害。但这种模式的缺点也很明显,由于只做直营,特斯拉需要承担传统上由经销商承担的销售、客服工作,这使得对销售以及售后人员的要求极高,销售网络扩张速度缓慢。

另一个更加棘手的问题在于中国市场并不完善的新能源产业基建。在美国,特斯拉目前建有71座超级充电站,横跨美国东西海岸,这也是其能够在美国实现销量快速增长的基本保障。

而来到中国后,特斯拉发现充电站建设遭遇了土地和用电两方面的困难:无法顺利获得建设用地,增容光伏和建设成本偏高,与国家电网的合作也并不容易实施。这导致特斯拉在中国的超级充电站数量也就几十个,与美国完全无法相比。受到电池供应的限制,特斯拉还面临着产能不足的考验。

此外,这两年,特斯拉美国总部与中国团队之间的矛盾纷争不断,反映出特斯拉的“人和”短板日益彰显。

不仅两年内接连换帅导致内部军心不稳,就在去年“双十一”期间,特斯拉中国与天猫合作销售限量车一事引起了美国总部的不满,活动最终被紧急叫停。在美国总部看来,特斯拉中国的这一举动并不符合特斯拉的定位。

业内人士分析人士称,特斯拉美国总部和特斯拉中国更像是两家公司,互相产生牵制,导致企业发展上的阻力出现,故在得不到美国总部支援的情况下,特斯拉中国不得不面对持续不断的品牌失控与车主维权难题。如果上述问题得不到解决,特斯拉发展确实堪忧,在华“水土不服”症状仍将持续甚至恶化。

受到。近来米其林、博世、德尔福、法雷奥、马瑞利等零部件巨头纷纷在中国扩张配件零售市场业务。如博世正式启动博世汽车专业维修特许经营加盟业务,目前博世在南京、深圳都有专门生产售后配件的工厂。今年博世将在上海和广州设立博世车联网直营店。每家直营店的投资将在300万元~700万元之间。预计未来三年内,博世将发展超过1000家特许经营加盟店。

米其林驰加成为我国第一个突破1000家的汽配连锁企业。截至2014年5月,驰加汽车服务中心达到1000家,分布在全国31个省,超过230个城市。另外,意大利零部件集团马瑞利也宣布其旗下快修连锁品牌“捷驶星”将进入中国。其目标是2015年发展2000家加盟店,到2016年达到5000家。此外,国外售后配件集团也将陆续进入中国搅动市场。

电商平台受资本市场青睐,正以互联网形式进入汽车后市场。如卡拉丁、途虎养车网、车蚂蚁等众多企业都以互联网形式进入汽配零售市场。

目前,车享平台已在上海、北京等八大城市设立车享服务网点。利用电商平台,降低客户交易成本。双方互相输出优质资源,整合线上线下,力争为客户提供更好的服务,这种整合线上线下的O2O商业模式深受资本市场青睐。腾讯路宝联手嘉实多和人保推出“i保养”,向符合条件的车主提供免费小保养服务。目前,上海、厦门、青岛地区的车主可以体验。

(雍君)

更着急,干脆提出让具有一定行政级别的党员干部带头买自主品牌汽车,但这种倡议变成硬性规定恐怕很难……在国外品牌“大兵压境”的今天,自主品牌汽车如何实现逆市突围?

现在绝大多数自主品牌企业走的是“模仿路线”,过去模仿别人的车型,现在模仿别人的战略与技术。因为模仿,所以永远只能处于被动地位,永远被人牵着鼻子走。而政府有关部门视跨国公司曾经走过的道路为成功路径,以此制定法规、标准,再加上准入审批制,客观上限制了我国汽车企业在创新之路上的探索。

另外,自主品牌目前在中国市场的价格与品质并不完全匹配,其中的原因由于自主品牌品牌形象受到过去的负面影响而难以得到认可。对于自主品牌汽车的出路,中国汽车工业协会秘书长董扬表示,各家企业还是要“苦练内功”,提高自身创新能力,加快品牌建设和企业转型升级。

分析人士认为,在自主品牌发展上,应发挥市场在资源配置中的决定性作用,政府的作用应是为企业创新发展保驾护航,创造更好的外在环境。只有如此,自主品牌汽车才能实现突围,杀出一条生存之路。

SUV、MPV是救命稻草?

其实,对于深陷逆境的自主品牌汽车而言,不乏新的市场机遇和新消费热点的出现,就看如何把握。

虽然2014年自主品牌汽车整体市场颓势,但在风生水起的SUV和MPV市场上,却出现令人欣喜的增长。数据显示,2014年自主品牌SUV销量达到55万辆,同比大涨50%以上。在排名前十的SUV中,自主品牌占据三席,哈弗H6和瑞虎更是位列前三。再看MPV市场,2014年同比大涨48%;全年销量前十中有8款车型均属于自主品牌。据统计,2014年自主品牌SUV在整体SUV细分

市场中的占比达到40%以上,而自主品牌MPV销量占据MPV总销量的比例则已超过80%。在自主品牌轿车被挤压得毫无喘息之力时,SUV和MPV市场更像是一块充满生机的土地,带来新的市场蓝海。2015年,自主品牌能否顺势而为,在SUV和MPV领域寻求新的增长点?从目前的市场表现来看,答案是积极的,各家自主车企纷纷加大了产品投放力度,打响新一轮抢滩战。

然而,在SUV、MPV火爆的市场格局下,燃料消耗达标将给各车企发展SUV和MPV的热情浇上一盆冷水。由于平均油耗限制以及合资品牌加速进入等原因,未来SUV市场将面临白热化竞争,自主品牌车企如果一味押宝SUV存在很大的风险。与此同时,自主品牌在MPV车型的发展中也存在着明显的短板——低端化。有业内专家建议,为避免在未来市场竞争加剧的情况下丧失竞争力,自主品牌应开始着手发力高端大型MPV领域。

80后、90后在未来几年将成为消费主力,带来消费需求的变化。上汽自主乘用车已开始提前布局,抢占市场制高点。另外,一些中国自主品牌车企也正在调整战略布局,抢占深、蓉、汉、沈等新一线市场。2015年,深耕相关的新区域市场也会给自主企业带来新的增长点。

此外,对于国外汽车品牌,消费者都能对其每款车型或品牌的个性如数家珍。但说到自主品牌,消费者往往搞不清楚都有哪些特色。这说明国人对合资汽车的品牌认知度以及信任度要远远高于自主品牌。也就是说,提升产品的品牌价值应是自主品牌今后赢得市场的关键。为此,许多自主车企不约而同地选择了品牌突围。在营销方式上一改以往的老套路,而所有的这些举措都是在为提升自身品牌而服务,力图通过提升品牌形象来改善被动挨打的局面。当然,品牌建设不像降价促销,短期收效不会太明显,但却是中国自主品牌汽车走出寒冬的正确方向。

此外,这些国家消费者往往更看重价格,而非质量。因此,中国向海外售车,并没有在进口国建立好配套的品牌、服务等战略,以“过山车”似的形态呈现,这种“打一枪换一个地方”的销售模式注定不能长久。

中国汽车出口何以转危为机?出口车企应该重新思考规划出口产品的品类和出口产品的组合。大众化的出口产品,抗通货膨胀能力是非常低的,企业应学会转移出口,加大出口高附加值的汽车零部件。只有不断提升附加值,提升关键的技术含量,提升品牌价值,出口车企的抗金融危机、抗通货膨胀的能力才会大大提高。

出口车企如果能做一些必要的“压力测试”,提前地预见一些可能的不确定性,然后模拟和演示这些不确定性,做一些有针对性的准备和资源的储备,那么应对危机就会从容许多。

此外,还应该思考更多元化的战略发展,不应将眼光局限在中东、拉美及新兴国家,应向欧美等发达国家进攻,并放眼全球去整合资源打造“全球供应链”。当某一个市场发生波动或衰退的时候,这条全球供应链可以迅速地、敏捷地调整到合适的供应资源和消费资源。这样,出口车企可以为自已赢得更多的能力和机会去化解局部市场的风险和局部市场的各类不确定性。

针对存在缺陷的车辆,日产(中国)投资有限公司将对前轮轮毂螺栓进行检查,用合适的拧紧力矩对轮毂轴承进行紧固,同时检查相关部位,如发现异常,酌情更换零件,以消除故障隐患。

(肖捷)

德国期待领跑电动车电池市场

据新华社电(记者郭洋)为期三天的“德国电池论坛”日前在柏林开幕。德国政府官员在论坛上呼吁推动能源转型,让德国成为电动车市场领先供应商。

“未来在德国生产电动车电池符合德国经济利益,”德国联邦教育与科研部部长约翰娜·万卡在论坛上说,“我们要成为电动车领域的领先供应商。”

万卡强调,德国目前在大力推动能源转型并期待成为领先的电动车市场和主要供应商。对德国来说,有能力生产功能强大、价格实惠且安全的能源储存设备至关重要。德国汽车制造全球领先,最好的电动汽车相关技术,尤其是电池技术也应来自德国。

为此,德国已在乌尔姆和明斯特分别建立专注于电池研究的亥姆霍兹研究所,同时在乌尔姆的太阳能与氢能研究中心建造了一个拥有大型电池生产线的研究平台。

据介绍,此次“德国电池论坛”的举行,旨在为企业界、科技界和政界提供交流平台,就电池制造与创新展开讨论。

特斯拉中国“水土不服”遭遇“降速”

雍君

在日前举办的美国底特律车展上,特斯拉掌门人艾伦·马斯克表示,特斯拉2014年第四季度在华销量“出乎意料地疲软”,随后其股价在第二天大跌5.7%。业内分析人士认为,考虑到特斯拉2014年前三季度在中国市场3500辆的销量,其全年5000辆的计划注定落空。

此前一段时间,关于特斯拉的新闻接连曝光,股权被抛售、金港店关闭等消息传出。在2014年年底,特斯拉中国又经历了一次人事大变动,2013年11月上任的特斯拉全球副总裁兼中国区总裁吴碧瑄将离职。两年三度换帅,可见特斯拉进入中国后并非一帆风顺,而是“水土不服”。

与此同时,虽然特斯拉概念被炒得异常火爆,但更多的业界人士并不十分看好其在中国市场的表现。特斯拉此前已放出了即将向中国消费者开卖的口风,但现在看来,特斯拉对中国市场的预期可能高了。

而事实上,特斯拉进入中国市场后的发展进程似乎也未能见到。根据《汽车品牌销售管理实施办法》,特斯拉首先应在工商部门注册,需在中国成立总经理,并向商务部备案,随后,向国家质检总局申请3C认证,继而还需通过环保部以及地方环保部门的认证,走完上述流程后,才能在中国销售。目前特斯拉仅走完第一步,市场还远未实质性启动。

特斯拉在中国采用了和美国一样的直营模式,先后在国内6个城市建成了9个体验店和服务中心。这种模式确实可以保证用户体验,并且使特斯拉品牌不易因权线下放

汽配零售市场步入发展快车道

本报自去去年9月,交通部等10部委联合印发《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》后,几个月间,上汽A车站、博世车联等一大批新项目陆续上线,不少零部件巨头企业也纷纷在中国扩张配件零售市场业务。业内专家预计,政策利好汽配零售市场行业发展,2015年我国汽配零售行业将步入发展“快车道”。

今年汽配市场缘何值得期待?《指导意见》重点部署了配件编码、同质配件、标准化、质量检测、连锁经营、电子商务O2O模式等领域或环节。

业内预计,2015年受政策影响的这些领域将成为我国汽配零售市场高速发展的突破口,众多企业将在2015年发力。随着传统行业与互联网、保险业线上线下融合,2015年我国汽配零售市场的竞争格局有望重塑。

《指导意见》出台后,整车企业纷纷抢滩汽配市场。如上汽集团就抢先瞄准售后服务市场,投资14亿元正式上线A车站。A车站是上汽集团专门针对售后服务市场推出的售后服务连锁企业,也是国内第一家由整车企业推出的售后服务连锁企业。

广汽集团成立了广汽长和与广汽商贸等汽车用品公司,一汽、东风、北汽、长安等多家整车企业都有意在中国扩张配件零售市场。汽配零售市场已成为整车企业延长产业链,进行下一步竞争的“重要阵地”。

由于当前中国汽配零售市场环境,政策等各方面都逐步健全,零部件巨头开始蠢蠢

“卢布劫”拷问中国汽车海外战略

文若

近日,俄罗斯卢布暴跌,让原本出口受阻的中国车企“雪上加霜”。

去年12月中旬以来,卢布汇率已暴跌逾50%。众俄罗斯是世界第六大汽车市场,也是中国汽车最重要的出口国之一。目前有吉利、长城、奇瑞、力帆、江淮等十几个品牌在俄罗斯销售整车。其中,吉利、力帆、长城、奇瑞属于销量第一梯队。受卢布暴跌影响,中国出口车企在俄销量呈两位数下滑。

吉利汽车近日发布的盈利预警公告称,受俄罗斯卢布贬值带来的外汇汇兑亏损以及新车销售持续下跌的双重影响,预计2014年度净利润将下降约50%。与此同时,将俄罗斯视为其第一大海外市场的长城汽车,更是遭遇当头一棒,2014年前11个月对俄出口下降了22%。另外,奇瑞、北汽、比亚迪等车企对俄销量也大幅下滑。

相对于欧美等汽车工业大国,中国汽车出口更多是依靠低价来赢取市场份额。目前中国车企的出口市场大都是俄罗斯、古巴、乌克兰、东、伊拉克、非洲、朝鲜等新兴市场,这些国家和地区经济相对单一和脆弱,这也无形中加大了车企的出口风险。

一直以来,国外的任何风吹草动都会对我国汽车出口产生很大影响。对于多数

汽车出口企业来讲,面对出口国市场环境的不确定性,应对和驾驭的能力是非常欠缺的,尤其对于此次的突发性卢布暴跌并没有事先风险预估。

2006年到2008年间,俄罗斯曾是中国车企最大的对外出口市场。但到了2009年,由于俄罗斯市场的倒退以及俄政府本土汽车产业的支持,导致中国车企被迫从这一市场撤出。

2011年的利比亚、2013年的埃及、2014年的乌克兰、泰国都由于政局的动荡导致了车市整体的下滑;而随着石油价格的持续走低,俄罗斯、巴西、委内瑞拉等以石油出口为主要经济支柱的国家都出现了经济困境,车市也呈现出哀鸿遍野的局面。由于没有充分考虑当地政治、经济因素,在这些中国车企出口的主要市场,其海外战略的弊端逐步显现。

另外,以往中国车企向海外出口更多的是“哪有市场往哪去”,缺乏前瞻性和系统性的海外战略布局规划,对海外市场的政治、经济层面的变化欠缺考虑。

相对于欧美等汽车工业大国,中国汽车出口更多是依靠低价来赢取市场份额。目前中国车企的出口市场大都是俄罗斯、古巴、乌克兰、东、伊拉克、非洲、朝鲜等新兴市场,这些国家和地区经济相对单一和脆弱,这也无形中加大了车企的出口风险。

一直以来,国外的任何风吹草动都会对我国汽车出口产生很大影响。对于多数

汽车出口企业来讲,面对出口国市场环境的不确定性,应对和驾驭的能力是非常欠缺的,尤其对于此次的突发性卢布暴跌并没有事先风险预估。

2006年到2008年间,俄罗斯曾是中国车企最大的对外出口市场。但到了2009年,由于俄罗斯市场的倒退以及俄政府本土汽车产业的支持,导致中国车企被迫从这一市场撤出。

车险费率改革将在黑龙江等地启动试点

据新华社电(记者李廷霞 吴雨)中国保监会副主席周延礼日前表示,目前正在抓紧推动商业车险费率改革工作,方案已基本做好,近期准备在黑龙江、山东、广西、重庆、陕西、青岛启动改革试点,并根据试点的情况推向全国。

周延礼在当日举行的国务院政策例行吹风会上表示,商业车险的改革,实际上是把商业车险的产品定价权交给保险公司,把产品的选择权交给广大消费者、车主,以激发保险公司发展创新的活力。

“我们在总结经验基础上,让费率改革与风险更加匹配,让低风险车主享受更多的费率优惠,同时拓宽车险保障的范围,切实解决一些条款中不完善的地方,更好地保障消费者权益,使车主享受更多优惠。”他说。

据周延礼介绍,2014年我国保险业保费收入突破2万亿元,行业总资产突破10万亿元。在服务实体经济方面,2014年农业保险承保的农作物及林木近40亿亩,参保农户近2.5亿户次,支付赔款约215亿元;截止到2014年末,人身险为广大群众累计提供了195.6万亿元风险保障,赔款和给付支出达3428亿元。

本田召回部分2014款进口讴歌汽车

本报讯 日前,本田技研工业(中国)投资有限公司向国家质检总局备案了召回计划,将从2015年1月23日起召回部分2014款进口讴歌RLX汽车,生产日期为2013年5月29日至2014年7月23日。据该公司统计,在中国大陆地区涉及28辆。

本次召回范围内的进口讴歌RLX汽车由于前大灯内部的凸透镜表面反射膜的制造不良,随着车辆使用反射镀膜可能会剥落,导致前大灯亮度不足,给驾驶员夜间行车造成一定影响。

本田技研工业(中国)投资有限公司将对所有召回对象车辆免费更换改善后的两侧前大灯总成零部件,以消除该故障隐患。

因漏油问题福建奔驰召回部分威霆、凌特

本报讯 日前,福建奔驰汽车工业有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》的要求,向国家质检总局备案了召回计划,决定自即日起,召回2014年10月20日至2014年12月23日期间生产的部分奔驰威霆636系列及凌特900系列汽车,共计156辆。

本次召回范围内部分装配进口四缸柴油发动机车辆,可能在部分生产期间内使用了不同材料的正时链条张紧器密封衬垫,随着发动机运行时间增加,链条张紧器和发动机缸体之间的预张紧力下降。

长期使用后,发动机机油可能从正时链条张紧器周围处泄漏。当机油泄漏量达到一定程度时,仪表警示灯将被触发,继续行驶可能导致发动机熄火。此外,如果在漏油处出现火源,则可能导致车辆起火风险增加,存在安全隐患。

福建奔驰汽车工业有限公司将为召回范围内的车辆免费更换改进后的链条张紧器密封衬垫,以消除安全隐患。

(肖捷)

日产召回部分进口英菲尼迪

本报讯 日前,日产(中国)投资有限公司向国家质检总局备案了召回计划,将从2015年1月27日起,召回2014年8月12日至2014年10月9日期间生产的进口英菲尼迪QX60车辆。据该公司统计,在中国大陆地区涉及48辆。

本次召回范围内的进口英菲尼迪QX60车辆由于生产线工具使用不规范,前轮轮毂螺栓没有按规定拧紧,行驶中会发生异响和振动,最坏的情况是行驶中有可能发生制动力下降,轮毂损坏,影响转向控制,存在安全隐患。

针对存在缺陷的车辆,日产(中国)投资有限公司将对前轮轮毂螺栓进行检查,用合适的拧紧力矩对轮毂轴承进行紧固,同时检查相关部位,如发现异常,酌情更换零件,以消除故障隐患。

(肖捷)

北京加快新能源汽车推广步伐

图①、②:1月25日,“北京蓝 我先行”电动汽车进社区系列活动在首钢金顶街五区居民小区正式启动。北汽新能源、比亚迪等14款纯电动汽车产品与市民“零距离”互动。

图③:日前,100个充电桩在北京华贸中心正式启用,使北京的新能源汽车车主在核心商业区有了大型公共充电桩。据了解,目前北京市已建成1500台新能源汽车公共充电桩,1000台已经投入使用,其中60%的充电桩位于五环内。

詹敬摄/东方IC

图①、②:1月25日,“北京蓝 我先行”电动汽车进社区系列活动在首钢金顶街五区居民小区正式启动。北汽新能源、比亚迪等14款纯电动汽车产品与市民“零距离”互动。

图③:日前,100个充电桩在北京华贸中心正式启用,使北京的新能源汽车车主在核心商业区有了大型公共充电桩。据了解,目前北京市已建成1500台新能源汽车公共充电桩,1000台已经投入使用,其中60%的充电桩位于五环内。

詹敬摄/东方IC

