

# 汽车周刊



新民汽车频道  
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第797期 | 2019年10月16日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

## 中国汽车品牌高端化破局前行

2019年车市,是一个史无前例的寒冬。业内曾取得傲人业绩的自主高端品牌,也备感压力,面临尴尬境地。中国汽车品牌高端化如何破局前行?成为行业共同关注的热点问题。

### 下滑趋势明显

最近几年,中国汽车品牌不再甘心一直游走在低端市场,开始向高端市场发起进攻,这其中就有长城、吉利、奇瑞、长安汽车等。但从2018年开始,国内市场一直处于不景气的状态,行业竞争压力开始不断加大,进入2019年车市整体下滑的趋势更加明显,自主高端品牌的日子也越来越不好过。数据显示,WEY、领克、奇瑞星途等高端品牌上半年销量均有较大幅度下滑。

吉利领克01、领克02与领克03自上市以来颇受消费者青睐。但今年上半年,并未形成销量的“叠加”效应。如今年6月份,领克01销量仅为4533辆,同比下滑幅度超50%;进入8月后,领克01、领克02仍然继续下跌。长城汽车的高端品牌WEY也出现萎缩,1-8月累计销量61134辆,

相比去年同期下跌35.58%,VV5、VV7以及P8等车型处于销量疲软状态。两大明星品牌集体销量下滑,成为2019年车市寒冬下中国品牌高端化的艰难前行的缩影。

相对于领克而言,奇瑞旗下高端品牌星途则更惨淡很多。星途TX车型上市至今已经6月之久,累计销量不足万台,其中,8月份仅卖出1053辆,相比7月1486辆又明显下滑。这样的销量,与奇瑞董事长尹同跃此前“星途能在2019年冲上10万辆目标”的豪言相去甚远,今年要完成既定销量目标几无可能。

### 面临严峻挑战

事实上,今年以来自主品牌高端化步履维艰。一方面,在整体车市下滑重压之下,合资品牌普遍用价格手段来维持市场地位,这对已入合资价格腹地的自主高端品牌而言,无疑进一步挤压了生存空间。在巨大的压力下,领克和WEY也先后选择“妥协”,纷纷降价跟进。在产品价格和定位上,领克02和领克01高度重叠;在WEY的阵营中,VV7、VV5与VV6,几乎同质化,而此起

彼伏的降价销售也极大损害了品牌力。

另一方面,从领克和WEY过去两年的发展历程来看,都存在一个共同的问题,为了快速抢占市场而对各自产品线以及经销商网络进行快速扩充,但随着新车型数量的递升,并没有形成销量的叠加,相反在产品规划方面自我挤压、内耗严重。

而对于奇瑞星途TX与长安睿骋CC来说,前者问题主要出在同质化严重,就核心三大件而言,星途TX与自家瑞虎8,捷途X90都完全一样,对比售价毫无优势可言。再加品牌影响力差及4S店过少,销量下滑不足为奇。后者动力孱弱是最大问题,长安睿骋CC全系搭载的是一台1.5T发动机,最大马力156匹,最大扭矩225牛米。账面数据貌似还过得去,但是实际表现却差强人意,作为一台B级车,睿骋CC零百加速成绩需要11.4秒之多,有明显的差距。

中国车市意料之外的周期性下滑,也是对中国品牌高端化的重大打击。毕竟一个新事物从诞生到被人接受需要时间考验,最大挑战在于如何突破历史认知。此外,技术积

累、营销模式、产品战略等,都成为中国品牌高端化路上的“拦路虎”。

### 五大措施并举

不可否认,中国汽车品牌向高端化发展是必然,但也决非易事,将考验品牌的战略战术,需要时间去逐渐打磨,注定是一条“狭窄而艰难”的跑道,必将是一场持久战,任重而道远。

一是要找准时机。当国产汽车发展到一定阶段,“品牌向上”就成为必然诉求,目前中高端阵营的竞争日渐激烈,自主品牌高端化号角已吹响,只能“进”、不能“退”,倒退是没有出路的。

二是多方合作,可以采取与优质企业合作,通过联合来提升产品的竞争力。这种合资合作未必是整车企业之间进行,也可以是车企与优质零部件企业展开多方合作。

三是做好品牌与营销,是存量时代中国品牌走向高端化的必然选择。品牌的定位未必一定是媲美BBA的高端,可以是当前用户触手可及的轻奢,随着这种轻奢观念的

深入人心,再更进一步向更高端化递进,而非“一次到顶”的策略。另外,在营销模式和服务理念上,摒弃原有的传统观念,学习新势力的创新模式,使新品牌具有与传统品牌与众不同的新鲜血液。

四是制造精品,中国车市有一个让人见怪不怪的现象——产品同质化严重,产品整体质量有待提高。中国市场不缺汽车,缺的是民族品牌制造的精品车型,单靠价格优势只会走进死胡同。市场的消费结构正在升级,只有更精品,更高端的车型才能更好满足市场需求。

五是从新能源领域突破,如果说在传统燃油汽车方面自主品牌技术实力与合资、外企差距还很大,那么在新能源领域均处在同一起跑线,甚至在某些领域还处领先地位,这是自主品牌高端化与合资车企、国外品牌争夺市场的一条捷径。

中国汽车品牌向上之路虽然艰难,但优势却显而易见,如对本土市场的了解,品牌多年的积累等。如能综合各大自主车企的优势,借鉴和提高,或能重新受到市场青睐,尽快突围。 雍君

## 荣威RX5 MAX百城千店刷脸交车

10月12日,上汽荣威打造全球地域最广、人群最多、形式最新的智能交车仪式。此次交车仪式设立上海、北京、成都、深圳、郑州五大主会场,全国近百个城市超1000家门店的所有新晋车主们,通过RX5 MAX的SKY EYE天眼系统“刷脸”登录,启动车辆。一辆辆新车的双闪灯一齐开启,各会场五面国旗被高举致敬、气球放飞,以盛大的仪式为新中国70岁生日献上贺礼。

荣威RX5 MAX是上汽领先智能和硬核品质的完美结合,上市首月订单即破2万辆,并且以“全球首款量产智能座舱”树立中国汽车品牌升级之路上的又一里程碑。交车仪式当天,恰逢荣威品牌创立13周年。13年间,



荣威品牌旗下产品累计销量超过200万辆。

作为一款划时代的标杆产品,荣威RX5 MAX延续经典家族律动设计语言,并首次融入“强韧”美学。身为全球首款量产智能座舱,新车实现了交互手段、交互到交流和专注驾驶员到

关注全舱乘员的三大升级。除在交车仪式中展现的SKY EYE天眼系统“刷脸”启动外,新车还拥有BYOD多用户随心控功能,任一乘员都能自由控车;全新升级的实景驾驶辅助系统2.0,新增POI实景标签,导航体验再升级;互联网汽车智能系统3.0-Pro首

次采用融合语音引擎,配合AI语音形象,让人车交流更具温度。

同时,荣威RX5 MAX还配备了满足L2+级别自动驾驶的AI Pilot智能驾驶辅助系统、自动泊车辅助系统、360度环境感知系统等前瞻安全辅助科技,以智能科技力守护用户安全。 余音

## 雷克萨斯逆市涨价得不偿失

时下的汽车市场不景气,不少车企都在勒紧裤腰带过日子,不少车企为了销量表现,不惜采取降价保量的策略,送装饰、送保险、现金直降,就连曾经加价的本田以及不少豪华品牌,都在用真金白银的优惠力度吸引消费者。但在一片厂家优惠中,雷克萨斯日前再次彰显了它的“不凡”,选择逆市涨价。

根据雷克萨斯官方信息,此次涨价的车型共3款,分别是ES、US、NX,涨幅在6000元-15000元之间。与此同时,经销商通过电话、短信的方式告知已交付定金的准车主,需要补足差价才可以购车。据雷克萨斯官方称,此次涨价的主要原因,是其对其产品多媒体系统和安全系统进行了升级。

雷克萨斯这一波“官涨”的底气,应该是颇高的市场认可度及骄人的销售业绩。1-8月,雷克萨斯在中国市场累计销量达126854辆,同比大增24.9%,增速远超BBA,不断拉近与二线高档车市场“领头羊”凯迪拉克的距离,全年销量有望超过20万辆。雷克萨斯的优势,可以总结为可靠性、做工、燃油经济性、细致的服务,以及基于以上优势获得的良好口碑,因此,即使在车市寒冬依然不愁卖,甚至加价提车已是常态化。

然而,雷克萨斯这一波“官涨”操作,引发不小负面影响,消费者纷纷吐槽抵制涨价。那些正签了合同等车的准车主,对于这种“反其道而行之”的行为彻底“动怒”了,纷纷质疑“交了定金,签了合同,你说加价就加价,这样合理吗?”指责雷克萨斯涉嫌单方面毁约,并相约一同维权。

在业内人士看来,涨价行为无疑侵犯了消费者权益,单方面撕毁合同,置契约精神和法律于不顾,引发众怒也就不难理解。这也让消费者及媒体对雷克萨斯品牌重新认识,影响消费者的购买决心,对其品牌损伤更是难以在短期内修复,不少消费者已表示要“粉转黑”。

相信这样的结果是雷克萨斯不想看到的,犯下“众怒”的雷克萨斯也许将为涨价付出代价,对于在国内市场深耕多年,且已获得不错成就的雷克萨斯来说,这无疑是不得不偿失。 雍君

## 上海国三柴油车提前补贴报废

截至2018年底,上海市在册国三柴油车15万辆,其中国三柴油货车12万辆,占全市汽车保有总量的2.9%。据生态环境部门实测,占全市汽车总量2.9%的国三柴油货车,其NOx和一次PM2.5排放量,分别占全市机动车污染排放总量的30%和46%,若将现有国三柴油车更新为国五标准柴油车,预计可分别削减NOx、VOCs和一次PM2.5排放量2.3万吨、0.4万吨和0.35万吨。

为了改善上海市大气环境质量,进一步减少机动车污染排放,务必加快淘汰高排放在用老旧柴油车,鼓励国三柴油车提前报废,上海市生态环境局、发改委、交通委、商务委、公安局、财政局和机管局等七部门于日前联合印发《上海市鼓励国三柴油车提前报废补贴实施办法》。

办法规定,自2020年起,该市将通过逐步扩大国三标准柴油车限行范围,根

据车型、投放时间不同给予差别化补贴,鼓励淘汰国三标准柴油货车,更新为国五标准柴油车,争取在2022年基本完成淘汰。对提前报废国三柴油车补贴金额,按照柴油车的类型、初次登记年限给予差别化补贴,微型、轻型、中型和重型货车补贴标准分别为0.3万-6.8万元/辆不等,小型、中型、大型客车补贴标准分别为1.3万-5.1万元/辆不等;专设集装箱运输车补贴标准为3.8万-11.6万元/辆,长途客车补贴标准为5.1万-10万元/辆。

车辆所有人申请国三柴油车提前报废补贴的,应在2019年10月15日至2021年3月31日期间,向受理点递交申请材料,市内5家机动车拆解企业和2家机动车回收或再生资源企业,被认定为国三柴油车提前报废补贴申请受理点。逾期未提出申请的,不再受理补贴申请要求。 川页



## 别克昂科旗年内发布

上汽通用10月10日宣布,将于年内推出首款别克品牌国产7座中大型SUV——昂科旗。随着别克昂科旗的到来,别克将在中国市场实现从小型、紧凑型、中型到中大型SUV的梯度布局。

别克昂科旗基于通用汽车中大型豪华SUV架构打造,将搭载通用汽车新一代驱动系统以及按照豪华车标准打造的底盘系统,同时配备目前别克Quiet Tuning最高等级静音科技和领先的智能驾驶辅助技术与互联技术,为消费者带来智能高效且更具不凡品位的SUV尊享体验。 林夏