

自主品牌渐渐回暖： 昙花一现还是长线飘红

厂庆派红包 任性摇钱术

东风日产周年庆 专享红包限时抢

想学摇钱术? So easy! 6月6日至30日, 凡购买东风日产全系NISSAN或启辰车型(不含进口车), 扫码登陆活动页面摇一摇, 即可轻松摇取最高5000元 额外购车红包, 人人有钱拿。

全民齐狂欢! Are you ready?



东风日产周口威诚专营店

贵宾热线: 0394-8912000 地址: 周口市交通路与东环路交叉口



东风日产
东风日产
东风日产
东风日产
东风日产
东风日产

东风日产

动力升级

舒适升级

智能升级

2.0T 205匹马力 真7座 智尊SUV
S7 升级版 耀世登场
智尊至真

销售热线: 0394-8306666 网销专线: 4006683261
地址: 周口市南环太昊路与中州大道交叉口西100米路南

关注官方微博

经历了连续一年多市场份额缩减的黑暗,近期汽车自主品牌逐渐回暖。今年1-4月,自主品牌乘用车销售同比增长19.47%,占有率比去年同期提升了4.22个百分点,成功实现了“四连升”。不过,目前这种回暖能否持续?究竟是昙花一现还是长线飘红?

多种因素助推

从去年底至今,自主品牌乘用车销量已连续6个月飘红,保持明显上升势头。究其原因,既有自主品牌在非轿车市场得到突破和合资品牌增长乏力共同推动的结果,也得益于国家节能环保政策的间接促进。同时,宏观经济走势影响下,新的消费趋势和观念正在成型,自主品牌终于迎来了梦寐已久的市场爆发。

首先,经历了多年市场孕育和战略调整后,多家自主车企集体进入市场发力期,如长安、东风等在SUV和MPV市场取得了重大突破。近两年,SUV和MPV市场随着消费升级和年轻群体的时尚化需求,得到了快速增长。另外,2014年和2015年企业平均油耗压力相对较小,而国际油价又在超低位置,也提高了消费者购买SUV和MPV等车型的热情。

其次,自主品牌的回升也源于合资品牌增长乏力,增速有所放缓。合资品牌尤其是日系品牌从去年开始反攻受阻,拖累了合资品牌的增长势头。与此同时,自主品牌开始重视后市场,通过提供更好的服务,给消费者以信心。

再次,国家对新能源汽车的鼓励政策对自主品牌的份额回升大有贡献。从2014年9月开始实施的新能源车免购置税政策,有力地推动了新能源乘用车销量呈爆发式增长,其中绝大多数是自主品牌产品。另外,2014年9月开始新一轮节能环保车补贴,自主品牌因小排量车节能突出,在补贴目录中占据了一定优势,并遏制了A00级微轿销量的下滑态势。

此外,中央高度重视反腐倡廉,使得消费趋势和姿态都在放低。购车者不再一味

追求豪华车,而改向国产品牌。再就是股市的影响,牛市吸引了一部分潜在消费者将资金转投股市,在购车时就偏向于选择价格低廉的普通国产车。

仍存隐忧风险

一边是整体销量及市场份额持续上扬,另一边却是企业整体利润的持续下滑,“增量不增效”是自主品牌车企真实的写照。在20家整车上市公司目前发布的2015年第一季度财报中,就有11家公司的净利润出现了同比下滑,占比55%,可见,自主品牌车企的发展处于一种亚健康的状态。与此同时,合资品牌车企都在开发廉价车型,而且对现有产品线也采取了轮番降价的市场竞争模式。在合资品牌车企“刀刀见红”的打压之下,自主品牌的情况恐怕并不乐观。

“自主品牌现在主要是靠SUV发力,但SUV市场不能够保证长久畅销,前景依然令人担忧。”中国汽车工业协会副秘书长师建华如是表示。中国汽车工业咨询发展公司首席分析师贾新光则强调,目前的自主SUV并不是真正意义上的SUV,由于缺乏必要的技术支持,越野性与舒适性还欠缺,如果没有技术与工艺上的突破,就只能一直徘徊在低端市场。

自主品牌SUV高速增长的背后,是过度同质化和低价格过度集中竞争态势下的隐忧和风险。过度同质化将带来利润空间收窄,过度集中在8万~10万元区间,会带来产能过剩,而眼前销量的高速增长,又将加速这一市场的饱和。再加上SUV消费群体将有所分化,以生产低端城市SUV为主的自主品牌,必将面临销量下滑和利润降低的双重风险。

另外,从自主车企本身来看,多年的发展,并没有在技术领域取得更大的进步,与合资车企仍有不小差距。从整个大环境考虑,政府对车型油耗方面的管控越来越严格,自主品牌过分依赖SUV,必将承受来自政策方面的更大压力,于长远发展不利。

亟须多管齐下

自主品牌要想真正企稳,实现长线飘红,亟须深度调整,多管齐下。

一、各大车企纷纷“押宝”SUV车型。“花无百日红”,靠SUV单脚走路,显然不是长久之计,当务之急是亟须改变目前过分依赖于SUV的局面,平衡产品结构。必须看到,轿车毕竟是乘用车最大的细分市场,要想在未来市场赢得更多份额,必须盘活轿车市场,形成有效发力点。从市场竞争力来看,只有多样化的 product序列,才是自主品牌持续增长的基础。

二、长期以来,自主品牌之所以在与合资品牌的竞争中处于下风,关键点仍在品牌力方面,市场对于自主品牌的认可也一直裹足不前。借助当前市场向上的势头,自主品牌应该全力打造自己的品牌溢价能力,缩小与合资车的差距。目前,自主品牌仍然缺少核心技术支撑,发动机、自动变速器等都需要大量进口。因此,大力搞好研发,掌握核心技术,是自主品牌全面提升的根本。

三、除了技术提升之外,自主品牌还应讲究差异化竞争策略,避免与合资品牌正面冲突,这就需要自主品牌车企寻找下一个市场痛点。首先,要做深度的消费行为研究,找到下一个5年或10年的消费趋势,以提前规划;其次,消费者需求在变,逐渐向高端化走,要迎合消费者的需求;再次,在以“智”求胜的今天,谁领衔智能技术,谁将夺得先机。

预计未来3~5年,国内车市将出现分水岭,也就是强者更强,弱者更弱。如果自主品牌不能对市场变化灵活应对,拿不出像样的产品,将被彻底边缘化。

(新民)