

# 自主向上 新势力兴起

## 中国汽车市场呈现新格局

2017 第十七届上海国际汽车工业展览会于 4 月 19 日开幕,在这里,聚集了全球所有的主流汽车品牌,全球最先进的汽车技术。而不容忽视的是,这里还有一批新生势力,它们刚刚诞生,却来势汹汹。无论是在传统汽车市场还是新能源市场,它们都在寻求颠覆和创新,它们有一个共同的名字——中国制造。

### 自主品牌已顶破天花板

在中国汽车市场发展的初期阶段,曾寄希望于“以市场换技术”,事实证明这条道路太过曲折。反倒是自主品牌累积技术实力,了解中国市场,又快速反应发力,走出了一条自己的道路。

在市场占有率上,去年我国乘用车市场共销售新车 2793.89 万辆,同比增长 13.74%,而自主品牌中,多个企业同比增长超过 20%。长安汽车和长城汽车去年销量分别为 128 万辆和 107.4 万辆,同比增长分别为 27.6%和 26%;吉利汽车去年销量为 76.6 万辆,同比劲增 50%。三家自主品牌在去年均位列车企销量前十。

在 SUV 市场上,自主品牌的优势更明显。销量在前十名的 SUV 车型中,自主品牌车型占 6 款,且前三名哈弗 H6、传祺 GS4 和宝骏 560 都出自自主品牌。

价格上,自主品牌已经突破了价格的天花板。在过去,自主品牌产品的定价基本都在 10 万元以下,超过 10 万元的产品基本上无人问津,最后不是降价销售,就是黯然退市。而现在,自主 SUV 产品中,多款热销的主流车型售价在 12 万至 13 万元区间。

在销量和价格双重向上的背景下,吉利和长城将目光放在高端品牌上,两家企业去年先后推出了各自的高端品牌 LYNK&CO 和 WEY。

### 新能源市场将属于中国品牌

在本届车展上,中国汽车的制造实力还体现在新能源汽车上——云度、蔚来、奇点、正道、前途、长江 EV 等新品牌首次亮相上海车展。

这些品牌中,云度、前途和长江 EV 已经通过国家相关部门的审核,获得了新能源乘用车的生产资质,在不久的将来,就有电动

汽车推向市场,与北汽新能源、比亚迪等展开竞争。

据中汽协公布的数据显示,2016 年新能源汽车生产 51.7 万辆,销售 50.7 万辆,比上年同期分别增长 51.7%和 53%。其中,纯电动汽车产销分别完成 41.7 万辆和 40.9 万辆,比上年同期分别增长 63.9%和 65.1%;插电式混合动力汽车产销分别完成 9.9 万辆和 9.8 万辆,比上年同期分别增长 15.7%和 17.1%。

在政策的鼓励之下,新能源汽车还将有更大的发展空间,而且中国品牌能够更好地抓住这个机遇。除了目前的政策只有中国品牌可以享受国家和地方补贴之外,中国品牌车企可以更快地适应市场,推出新能源产品,在这一点上,与中国品牌在 SUV 市场上的成功有相似之处。

### 合资时代的红利正逐渐消失

一边是自主品牌不断向上,另一边是豪华品牌为争夺更大的市场份额不惜打起价格战,处在中间位置的合资品牌面对着前所未有的压力。

从去年 4 月份开始,一场价格战轰轰烈烈地打响,几乎所有的主流合资车企都积极参展,这个时候不降价就相当于放弃市场。而进入 2017 年,价格战打得比去年更早。上汽通用高层透露,今年 3 月下旬开始,已经悄然打起了价格战,目前有一家汽车企业官方宣布降价,其余多家企业在终端市场立刻跟进。

合资品牌的单车利润逐年降低,根据上汽集团公布的 2016 年财报显示,上汽通用单车利润为 8981 元,同比下滑 6.27%,对比之下,长城汽车的平均单车利润为 9800 元。

合资品牌既难保市场份额不下降,又不得不牺牲利润,而且,未来能够与之竞争的品牌还将越来越多,合资时代的红利正在逐渐消失,以至于像神龙汽车这样的老牌合资车企在华面临着溃败。去年,神龙汽车全年销量仅为 60.02 万辆,同比下降 14.77%,被挤出车企销量排行榜前十,甚至在今年 3 月份还爆出了“停产风波”,部分工人处于闲置,从 2 月底开始,陆续有千名工人被调往东风本田。

照此发展下去,不久的将来,就会有第二个广州标致和南京菲亚特了。(新京)

