

自主品牌汽车:奇瑞继续领跑

本报记者 张小梅 张骅

对于大多数自主品牌车企来说,今年并非一个好年景。受汽车鼓励政策的退出及部分城市限购令等因素影响,国内汽车市场面临较大的压力。而合资品牌对市场的冲击让自主品牌面临更加严峻的危机。

自主品牌市场堪忧

2011年,自主品牌在整体乘用车市场中的份额出现了明显的下滑趋势。10月14日,新华信发布的《自主品牌竞争力分析报告》指出,在份额上升较快的细分市场,即紧凑型和中型汽车市场,自主品牌的增长较慢,是导致自主品牌市场占有率下降的直接原因。

成本优势一直是自主品牌核心竞争力之一。自主品牌大部分产品处于中低端水平,主要靠价格优势获取市场。然而,随着市场环境和行业竞争格局的变迁,这一优势正逐步被削弱。

6万元以下的微型和小轿市场是自主品牌赖以生存的空间,合资品牌纷纷推出低价小型车,对这一市场形成巨大冲击。2010年1月雪佛兰新赛欧正式上市,最低售价5.68万元,旨在重点进军小车市场的战略车型,尤其是在二、三线城市。合资品牌产品线的下移对自主品牌造成了相当大的冲击,自主品牌的生存空间被大大挤压。

另一方面,市场政策的调整使自主品牌销售压力进一步加剧。今年以来,随着购置税减半、汽车下乡、以旧换新等一系列汽车消费刺激政策退出以及10月份“节能惠民补贴”油耗标准的提高,自主品牌市场压力加大。

中国汽车工业协会数据显示,今年前7个月我国共进口乘用车53.42万辆,同比增长19.35%。而乘用车自主品牌9月份共销售52.27万辆,环比增长28.30%,同比增长2.64%,占乘用车销售总量的39.61%,占有率环比增长2.41个百



奇瑞 E5

分点,同比下降2.43个百分点。2011年,对自主品牌来说,可谓格外艰难。

奇瑞调整战略创销售新高

面对国内严峻的市场形势,调整市场战略就显得格外重要。

据中国汽车工业协会统计数据,9月汽车企业出口环比有所回落,但同比依然保持5成以上的增长速度。在国内市场低迷的情况下,出口市场成为拉动今年汽车产销增长的主要力量,全年出口有望超过80万辆。

作为我国自主汽车品牌骨干企业之一的奇瑞汽车交出了令人满意的答卷。9月份,奇瑞汽车全球销量61390辆,环比增长33.1%,继续领跑自主品牌乘用车企业,其中,海外出口14590辆,同比增长38.1%,至此,前三季度奇瑞汽车累计出口超过12万辆,同比增长80.42%,今年奇瑞海外销量创下历史新高已经毫无悬念。

今年以来,在生存环境进一步恶化的情况下,奇瑞汽车及时实施战略转型,持续推进产品结构的优化升级,通过精品车型的推出不断提升产品的技术含量和品牌形象,同时,不断提升产品质量、销售及售后服务水平,保持了销量的持续稳定,并且海外市场销量刷新了全球金融危机前的最高纪录。

上市仅3个月的奇瑞E5,销量继续保持高速增长,9月销量达到7073辆,成为奇瑞汽车新一代明星产品,与新瑞虎、A1、A3和风云2等精品车型一道构成了奇瑞目前市场销量的主力阵容。近日,在由中国质量协会和全国汽车用户委员会开展的2011年全国汽车用户满意度测评中,奇瑞旗云1和风云2分别在5万元以下微型车组及5—7万元紧凑型车组中连续第二年蝉联第一名。这显示奇瑞汽车在产品质量、销售及售后服务能力和水平等方面进一步提升,用户满意度在相关细分市场继续保持领先优势。

在闭幕不久的第八届安徽国际汽车工业展览会上,奇瑞旗云品牌

集中展现了在车型研发、技术创新上的卓越成果,并在车展期间推出了重磅优惠,为持续升温的合肥车市再添一剂强心针。

提前实现全年出口目标

9月份,奇瑞汽车共出口14590辆,同比增长38.1%,继续领跑自主品牌汽车企业。1—9月,奇瑞汽车累计出口122441辆,同比增长高达80.4%,提前3个月实现了年度出口目标,而2011年全年出口量将创下历史新高。奇瑞汽车在海外市场迅速崛起的同时,产品结构和品牌形象得到了大幅的改善和提升。

伴随着出口销量的创纪录,奇瑞的出口产品结构和海外品牌形象也获得大幅提升和改善。近年奇瑞上市的一批技术含量较高的精品车型逐渐成为海外市场新宠。据统计,奇瑞瑞虎目前已经成功登陆全球60多个国家和地区,海外用户已超过10万。凭借贴心的设计和过硬的品质,瑞虎在世界各地频繁获奖。今年,在塞尔维亚,瑞虎荣获“2011年度SUV奥斯卡”大奖;2010年,在埃及市场,瑞虎获得年度SUV市场销量冠军,占据同类产品细分市场约40%的份额;2009年,在巴西,瑞虎作为当地年度最佳SUV车型,销售势头直逼欧美日韩等国的SUV品牌;在欧洲,瑞虎率先通过欧盟WVTA等50余项欧洲法规认证,顺利进入意大利等欧洲市场,成为中国自主品牌车型出口典范。

与此同时,奇瑞QQ、风云2、奇瑞A3等不同级别的主力车型,在海外市场的品牌知名度和美誉度日渐提升。奇瑞QQ在海外一举拿下了印尼“2010中国最佳品牌”、巴西市场入门级车型评选第一、J.D. Power亚太公司的新车质量冠军等一系列奖项,全球累计销量突破100万辆大关,被誉为全球汽车市场最经典的入门级车型。而在南美、东盟以及其他海外市场,奇瑞A3销量的迅速提升,也成了本年度奇瑞海外发展的亮点之一。

江淮汽车 闪耀十月



最新上市的车型和悦1.8AT

本报记者 张骅 张小梅

9月30日的安徽国际车展早已落下帷幕,但人们依然难忘江淮携旗下全系产品出席本次盛宴,而备受瞩目的和悦1.8AT车型也正式上市,江淮展台成为本届车展人气最旺的展台之一。在车展开幕后的“黄金周”里,为了让广大消费者不受节能政策重新申报审核调整期的影响,轻松购车,江淮乘用车推出了向用户垫付3000元节能惠民补贴,购车时直接兑现,这一措施的实行使江淮汽车闪耀黄金周。

据了解,安徽国际车展江淮展台的展车包括:和悦1.8AT、和悦RS宜家系列、宾悦精英版、瑞鹰2.0T、瑞鹰D19、瑞风和畅、瑞风祥和同悦RS、悦悦等10款车型,涵盖SUV、MPV、A、B、C各个细分市场。

本次车展江淮展台最耀眼的车型当属新车和悦1.8AT,两辆银色新车在车模的衬托下倍显亮丽。作为江淮的主力车型之一,和悦上市以来,凭借时尚大气的外形、典雅华贵的内饰以及优越的性价比赢得了众多消费者的青睐,很快成为中级车市场主流车型之一。和悦1.8AT的上市,带领和悦在外观、内饰、动力、配置等方面得到了全方位的升级,使和悦的竞争力进一步增强,销量有望再度飙升。

除了推出的重磅车型和悦1.8AT之外,江淮瑞风和畅、瑞鹰2.0T、宾悦精英版、同悦等车型也吸引了不少的眼球。江淮拥有47年的造车经验,凭借数十年来积累的优势资源和经验,江淮在乘用车领域战绩斐然,开辟了新的辉煌。近年来,江淮顺应市场的发展趋势及低碳生活的绿色理念,保持走亲民化路线,始终把客户需求放在第一位。既推出了宜家宜商、节能降耗的和悦RS1.5VVT车型,彰显个性、实用性更突出的瑞鹰T动感版,也升级了大气稳重、符合商务驾乘的瑞风和畅。

10月1日起,国家将实施新的节能汽车补贴政策,补贴的门槛有了提高,在新政策下,现在市场上许多原来享受节能惠民补贴的车型都不再享受。为了弥补政策调整期间百姓购车可能带来的损失,江淮乘用车决定国庆黄金周期间推出了向用户垫付3000元节能惠民补贴的销售措施。

江淮乘用车旗下的轿车中,和悦、同悦均采用VVT全铝发动机,前期在国家三部委(工信部、发改委、财政部)联合组织的抽检中,江淮和悦、同悦的油耗实测均轻松达到国家第三阶段燃油消耗限值标准,完全符合提高标准后的节能惠民政策。

和悦AT 质赢未来

和悦AT盛装上市暨品质万里行全国巡演



- ★ Roomy star 空间星: 2710mm的同级超长轴距,空间配置完美结合,尽享从容自在的驾乘感受。
- ★ Homey star 底盘星: 五星底盘,前麦弗逊、后双连杆四轮全独立悬架系统(带横向稳定杆),搭配同级独有的副车架,扭转转移间,体验随心所欲的操控乐趣。

- ★ Security star 安全星: 和悦高分通过欧盟认证欧标碰撞试验,高强度车身碰撞设计,打造先进安全的移动空间。
- ★ Economy star 节能星: 低油耗、高性能,小排量节能动力系统,实现动力性与经济型的完美平衡。
- ★ Swanky star 时尚星: 时尚大气的外形传承灵韵的欧风气质,成就真法十年完美车型,传释触目可及的悦级感受。

