

自主品牌新命题： 学会与“合资自主”为邻

■ 本报记者 穆勇

自主品牌汽车在经过 10 多年的卧薪尝胆后，并没有迎来“越王勾践破吴”的大逆转，反倒因为更多新竞争对手的出现以及合资品牌价格的下探陷入更加危急的境地。而这种“危急”在今年国内车市进入下行通道时表现得尤为明显。

有两个迹象可以充分证明上述观点，第一就是在今年上半年销量结果出炉时，自主品牌车企销量目标完成率远不及合资企业，乘联会数据显示，近八成自主品牌车企未能完成既定半年销售目标；第二，中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬近日预测，自主品牌销量增长乏力，品牌提升缓慢这样的现状，在下半年甚至未来 2 到 3 年都很难改观，今后 3 到 5 年内可能一半左右的自主品牌汽车无法存活。

这是危言耸听，还是洞若观火？董扬的上述表态，在被媒体解读为“对自主品牌汽车敲响的最刺耳警钟”，也同时表达出业内对自主品牌发展和生存现状最深层的忧虑。在自主品牌汽车的阵营当中，以一汽、上汽、东风和长安等为首的“国家队”以及以华晨、奇瑞、吉利和比亚迪等为首的“地方队”感受各有差异，但所共同面临的生存危机却并无二致。

如果按照品牌归属来划分，目前在国内同时销售的新车品牌大致可划分为合资品牌、自主品牌和由合资企业专门针对中国市场打造的“合资自主”品牌三大类。尤其是随着近年来产业政策调整与合资企业上马“自主品牌”密切挂钩，导致本来“二元结构”（自主品牌与合资品牌）被再度割裂。

目前，中国坐拥全球最大的新车消费市场，毋庸置疑也是全球汽车品牌数量最多的国家。如果按照欧美日等发达汽车国家以前所走过的道路推测，董扬所言“近半数自主

品牌将无法存活”终究是市场洗牌后的必然结果。而在真正洗牌之前，自主品牌都需要面对一个棘手的难题，那就是如何与“合资自主”为邻。

自主品牌的危急时刻

上周，东风日产在青岛宣布换代轩逸正式上市，在推出全新一代轩逸 1.8L 和 1.6L 两种排量车型后，东风日产还宣布老款轩逸以“轩逸-经典”的名义继续销售，这就是跨国公司在华屡试不爽的“两代同堂”的营销策略。在此之前，花冠和卡罗拉、新凯美瑞和凯美瑞-经典以及新福克斯与经典福克斯等多款车型，已经复制了这种营销模式。

不过与其他品牌所不同的是，东风日产旗下的轩逸平台已经转让给东风用于打造风神品牌的一款中级车，这款车实际上就是轩逸换个马甲重出江湖的老车冠冕以东风自主品牌乘用车“风神 A60”，且已经在新轩逸登陆市场短短数月前宣布上市。但轩逸-经典 9.98 万元的起步售价还是让大家着实意外，因为风神 A60 起售价在 11 万元以上。

几乎同样的一款产品，在技术和性能上完全雷同，只是一个悬挂的是日产驰骋全球的 NISSAN 品牌，且起步价格不到 10 万元；一个悬挂的是东风推出尚不足三年的自主乘用车品牌——风神，起步售价却高达 11 万元以上，作为消费者，不难在二者之间做出抉择。难怪有媒体记者在新轩逸宣布售价第一时间就在微博上爆料，轩逸-经典的低价完全可以直接灭了风神 A60。

而轩逸和风神的故事不是第一例，也注定不会是最后一例，这些故事都在印证一个让自主品牌难以回避却又不愿启齿的难题，那就是当合资品牌挟挟品牌和产品的双重优势，在辅之以令人震惊的低价，就等于从市场的高位对同级别自主品牌车型发起了无情的“俯冲攻势”。而

根源就在于，自主品牌长期在技术和品牌上的羸弱，让合资品牌极为容易攻击到自己的“死穴”。

而在更早之前，上海通用已经用一款挂着雪佛兰金领结的“新赛欧”，直接插入自主品牌锁定的 5—8 万元家轿的“心脏地带”。如今，单月销量屡次突破 2.5 万辆的业绩证明，随着市场竞争的加剧，此前自主品牌与合资品牌维持的“井水不犯河水”的泾渭分明界限，早已经被跨国车企谋求市场份额最大化的努力所突破，而突破之后当然就不会有回头路。

如果没有“合资自主”

在合资车企抛开顾虑全面与自主品牌短兵相接时，后者因品牌和技术积淀不深的痼疾便一览无遗，而这种“刺刀见红”的拼杀过后，是自主品牌销量和份额的节节败退。中汽协的统计数据显示，上半年，自主品牌轿车销售 142.33 万辆，同比下降 6.8%，占轿车销售总量的 27.2%，占有率同比下降 3.6 个百分点，为近三年历史最低点。

而从上半年国外品牌乘用车同比增长情况看：日系、德系、美系、法系和韩系均高于上年同期，其中德系表现最为突出，增速接近 20%，发展势头强劲；日系车同比增长也超过 10%，其他各系均低于 10%。从市场占有率看，除美系略有下降外，其余各系均提升，其中德系和日系车份额竟然双双逆势提高了 1 个百分点以上。

有人说，自主品牌下面面临的最大的竞争对手，不是此前“势不两立”的合资品牌，而是由合资企业推出的面向更低端市场的“自主品牌”。目前，除了丰田在华的两家整车合资企业外，像大众、通用、现代起亚、福特和本田等主流合资企业，不是已经推出了自主品牌，就是在准备推出自主品牌的路上。

为什么合资自主品牌会是自主品牌近期最大也是最难缠的竞争对手呢？业内人士分析称，这主要得益于以下几个方面：第一，合资自主品牌在技术来源上大多来自合资企业成熟的整车平台，说白了就是老款车型重新回炉再造，成本优势极其明显；第二，即便是成熟甚至是相对“过时”的技术，但依托合资企业的销售和服务体系，其产品在市场上仍普遍优于合资。

这也在很大程度上解释了，为何合资种子品牌在品牌初创的极短时间内，就能够从自主品牌阵营“分流”出一部分潜在消费者？

例如，连续多年蝉联国内“微车大王”的上汽通用五菱，就在去年正式推出了其合资自主乘用车品牌“宝骏”，并投放了首款量产新车宝骏 630。这款从里到外都有合资公司大股东通用和上汽提供最优化资源的全新产品，在上市仅仅数月的高度，居然站稳了月销 5000 辆的高度，这样的销售成绩在自主品牌来说，已属于相当不错的成绩。

目前，已经投放市场的合资自主品牌车型包括，广汽本田理念 S1、东风日产启辰 D50、上汽通用五菱宝骏 630 以及东风本田“思铭”等，而排队随时准备入场的准“合资自主”品牌包括：一汽-大众“开例”，东风本田“思铭”，北京现代“守望”和东风悦达起亚“典悦”……这些新品牌毫无疑问将同样上演“新瓶装旧酒”的把戏，但对于自主品牌而言，都是致命性的冲击。

对于合资自主，自主品牌已经表现得如临大敌，在多个公开场合，自主品牌车企的掌门人和销售老总，都对合资自主品牌的兴起表现出忧虑和顾忌。但在合资企业看来，这似乎不是他们最在意的，如果不以“合资自主”品牌来消化过时技术平台，直接以外资品牌身份再降价数万元推出，其冲击性与轩逸-经典之于风神 A60 一样不容忽视。

华晨汽车 打造千亿元航母

面对全球经济下滑，冶金、煤炭等诸多行业相继进入低谷，汽车行业前景如何？在中华品牌诞生十周年之际，众多媒体聚焦华晨汽车。记者采访了华晨汽车集团控股有限公司董事长、总裁祁玉民。

回首中华品牌走过的十年历程，华晨汽车明确了一条以市场为导向，国际合作的平台，“通过自主创新、拥有自有技术、做好自主品牌”道路，探索出“汽车产业发展与资本市场良性互动”的企业经营模式，围绕“核心技术、精美产品、诚信经营、市场份额和盈利能力”五大要素培育品牌。

中国成为世界汽车消费第一大国之后，中国汽车市场从未像如今这般吸引世界的目光，国内自主品牌的企业更是大家关注的焦点。华晨汽车坚持以品质为核心塑造品牌，成为了国内唯一一家同时拥有商务车和乘用车两大自主品牌的企业。而今年上半年中华品牌实现整车销售 72829 辆，同比增长 6.5%，远高于国内市场的整体增幅，成为了国内自主品牌的佼佼者。

在谈到企业未来的发展战略时，祁玉民用了一个非常形象的比喻向记者阐述在他头脑谋划中的未来华晨的发展战略，“我把企业看做是一架正要起飞的飞机，机身是华晨的主营业务中华和金杯两大自主品牌。作为机身，它是需要我们加以保护的。华晨与德国宝马集团深度合作合作的华晨宝马，是飞机的左翼，无论是在技术、产品、人才、管理等多方面，德国宝马对华晨汽车予以了全方位的支持，给企业带来了可观的收益；右翼是我们的 BSV 专用车项目，我们在大连的专用车产业基地将是全世界唯一的一个‘6+1’产业集群，它不仅将成为未来华晨汽车又一主要利润来源，还将为国内带来更加高端、专业的专用车产品，助力国家建设。预计到 2016 年全部项目建成投产之际，华晨汽车大连专用车产业科技创新基地可年产专用车整车 10 万辆，年销售收入可达 1000 亿元人民币。而企业的研发、品牌、文化、资本我把它看做是我这架飞机的四个发动机。”

祁玉民表示，到“十二五”末，华晨这架“飞机”将带来 2500 亿的销售收入。目前，尽管自主品牌市场增速放缓、行业竞争压力加剧，但华晨汽车主动调整蓄动力。2012 年，华晨汽车集团将实现销售收入 1060 亿元，净增 200 亿元，同比增长 22%；实现整车销售 67 万辆，同比增长 18.2%，其中，出口 4.8 万台/套，同比增长 43%；发动机销售 70 万台，同比增长 5.3%；实现利税 180 亿元，同比增长 18.9%。

十年来，华晨汽车走出了自主品牌创新之路，并用实践证明这条道路的前瞻性和正确性。如今，更加国际化、市场化、现代化的产业集团正向我们走来，一艘辽宁省属销售额最大的汽车产业“千亿级航母”即将起航。中华、金杯两大品牌也即将在企业的“飞机”构架下领航自主腾飞。

(李华)



宝骏汽车
可靠的伙伴

宝骏630 1.5 DVVT MT新车上市， 即刻购买立享3000元节能惠民补贴



5年10万公里 动力总成质保

2011 CCTV “中国年度经济型乘用车”

宝骏 630
国际品质新家轿

有一种改变，正在发生，国际品质已经进入每个人的生活。宝骏630搭载通用汽车新一代小排量P-Tec DVVT发动机，在带来更为强劲平稳的动力表现和流畅自如的换挡加速体验的同时，更为您有效降低油耗、噪音和排放，陪伴您在都市、城镇道路的自如驾乘。

宝骏630 1.5 DVVT MT新车上市，诚邀伙伴全情体验。

● 全系双安全气囊 ● 全系配备倒车雷达(AT) ● ISOFIX儿童座椅固定装置 ● 宽敞舒适超大空间 ● 全车22处人性化设计置物区

