

旗下车型月度销售数据下滑,产销目标堪忧 广汽本田新掌门开局不利

本报记者 谢育辰

前不久,在华突然“哑火”的广汽本田做出人事调整,之前担任东风本田总经理的水野泰秀出任现在在广汽本田的总经理,“改变”也成为他对外界传递的最多的信息。

不过首要改变的就是销售困境。中国汽车工业协会数据显示,今年一至四月份广汽本田国产车销量为10.78万辆,同比下降4.6%,实现年销50万辆的产销目标并不乐观。



完成新产品上市的同时,未来广本将会开发小排量增压技术。

转投中国市场

水野泰秀深知实现“全面转型”,并不是仅仅解决产品线不足那么简单。加速“本土化”,包括在讴歌国产的问题上都将有持续性的变革。

据广汽本田相关人员介绍,除去广本和东本各自的研发中心,在本田100%控股的研发中心里,将会有更多的中国研发人员参与车型的研发,广本和东本的研发中心也会参与其中,共同开发出来的产品将会更加符合中国市场需求。

之前,《中国企业报》记者走访北京几家广汽本田4S店获悉,凌派由于市场火爆,导致店里一度出现车型紧张的局面。为此,广汽本田经过讨论决定在中国建立第三工厂,告别传统粗放式的产能扩充,首创“智能集约型环保工厂”,预计在明年投产。

此外,随着丰田、大众、上汽等整车厂纷纷加大了新能源汽车研发力度,本田也试图抢占新能源市场的份额,希望在2016年前在中国市场普及混合动力车型。借此,广汽本田也将会出混合动力汽车。

然而,讴歌国产化却显得略微神秘,其相关负责人告诉《中国企业报》记者,广汽集团与本田就讴歌中国事业规划签订了基本协议书,对合作方向达成一致意向,目前正共同探讨具体内容。

两万元疯狂销售的局面也成为历史。

汽车分析师封士明对《中国企业报》记者表示:“影响广汽本田销量下跌的原因是产品定位过于成熟,而现阶段主要购买人群是年轻一代。雅阁于去年9月完成换代之后,外观设计主流市场脱节,导致年轻购买力流失。”

“得B级车者得天下”的市场法则如今依然奏效,封士明认为B级车的潮流将更趋于年轻化,蒙迪欧、凯美瑞等新崛起的B级车都在外观设计上做了文章,此举势必会抢占雅阁的市场份额,广汽本田借助雅阁实现二次腾飞的愿景也将事与愿违。

品牌再塑 加快产品投入

由于广汽本田遭遇市场的“分水岭”,让业内对其50万产销目标表示担忧。对此,广汽本田相关负责人对《中国企业报》记者透露公司依然坚持原定的规划目标,但是下半年企业

将会进入全面的转型升级时期。

为了再次实现快速增长,水野泰秀选择先在代表车型雅阁切入。希望凭借LX版雅阁的上市,把价格拉低至17.98万,丰富B级市场的产品细分。但是外观依然没有变化,选择用价格拼市场,能否重回巅峰,未来仍然是充满了未知。

封士明认为对比雅阁的产品定位,凌派显得更适合中国市场。凌派采用大胆的图腾和大面积镀铬的设计以及高性价比使其保持销量过万。借鉴凌派的成功,近日上市的第三代飞度经过全面净化,更加贴近年轻人的购车需求。

此外,都市轿跑型SUV缤智(VEZEL)以及新歌剧图两款战略新车型都将定位个性化和潮流化,将于第四季度上市。对比之前“求稳”的广汽本田,水野泰秀试图加快产品布局来挽回“慢一步”的局面。

不仅如此,据其内部人员透露,在

奇瑞艾瑞泽挑战巅峰 让合肥观众“窒息”

本报记者 张晓梅 张骅

曾经,奇瑞为中国屡创吉尼斯世界纪录。现在,全新艾瑞泽7以至真实力,再一次挑战世界!5月24日晚上,在合肥国际会展中心,由专业特技车手驾驶奇瑞艾瑞泽7纵情发挥,一系列高难度的汽车特技表演将现场观众的呼吸推向“窒息”。

当特技车手驾驶艾瑞泽7成功挑战“三车漂移入库”的震撼瞬间,全场欢声雷动,场面热烈。奇瑞艾瑞泽7轿车以惊艳的方式展现了它的操控极限,近千名现场来宾和数十家媒体到场共同见证。值得注意的是,此次奇瑞艾瑞泽7系列特技表演由国内资深赛车手、素有中国特技赛车“教父”之称的范建议担任汽车特技教练。另外参加挑战的艾瑞泽7轿车也未进行过任何性能改装,全是生产线下来的量产车。

艾瑞泽7的主体消费人群正是当今成为汽车消费生力军的“务实自信的城市新生人群”。他们的共同特征是有较强的事业心、自信、务实,不断进取,寻求事业的上升和更舒适的生活。因此,这次挑战巅峰巡演还特别面向合肥地区的奇瑞车主招募特技车手,与奇瑞专业特技车手并肩作战,并最终产生了4名“驾控达人”。他们把“挑战自我,挑战极限”作为自己的口号,在之前经过专业教练的特训后,当晚个个情绪激昂,志在必得。在180度漂移调头、单车漂移入位等特技动作中发挥出色,用刚学得的特技创造了属于自己人生中的“吉尼斯”!

一名从事金融行业的奇瑞车主高先生表示,“平时就喜欢研究汽车,关注汽车,对各品牌各种汽车都很感兴趣,也做过深入的研究及学习,奇瑞艾瑞泽7确实与以往不同,有很大改观,不管是整车的设计及动力操控都能做到完美,品质明显提升,并没有让国人失望,支持自主,支持奇瑞。”高先生说道。另外两位“驾控达人”也表示,艾瑞泽7无论在外观设计、工艺品质、还是舒适性、操控性、驾驶乐趣等方面都体现出了奇瑞汽车的用心,值得拥有。

作为此次巅峰巡演现场的主角,各辆艾瑞泽7经受了各项严苛的考验,成为众人瞩目的焦点。巡演现场通过对奇瑞国家级重点实验室NVH实验室、M&C实验室、碰撞实验室做了介绍,让人们直观了解了奇瑞对艾瑞泽7的精工细作。

为企业服务

中国企业家报 广告刊例(2014年)

(人民币元/次)

Table with columns for specifications (规格), dimensions (尺寸), and advertising rates for various ad types (头版, 2版, 3版, etc.) and sizes (1/2版, 1/3版, etc.).

户名:《中国企业报》股份有限公司 开户行:华夏银行北京车公庄支行 账号:1028200000248270

刊登说明

- 刊登各类广告须符合《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》及相关规定
报社不另收广告设计费
刊登以刊例中的标准规格为准,特殊规格(异型)的广告在原价格基础上加收20%广告费,具体刊登以本报规定为准
指定版次(10版以后)在原价格基础上加收10%广告费

- 要求7天内见报(加急广告)及指定时间刊例的广告,在原价格的基础上加收20%广告费
1/5版(含)以下规格要求套彩,需加收5000元/次,1、4版除外
广告费在广告刊出前一次结清
本报可接收的广告形式为:机打稿、电子图片(300dpi, tif/jpg格式)

《中国企业报》是由中国企业家联合会、中国企业家协会主管的面向企业和企业家的全国经济类大报。秉承:面向企业,为企业服务的办报宗旨和:原创、独家、深度、权威、影响力、的办报理念,致力于成为有品质、有实力、服务企业、服务中国与世界经济的现代传媒。



量身订制