几家欢喜几家愁

# 同是合资自主 销量大不同

合资自主或许已经成为众多合资品牌本土化战略的一个重要棋子。依靠成熟技术支持是合资自主产品的优势,但是以合资品牌二三流产品为基础开发出的车型,无论是价格还是主攻市场,都只能向自主品牌看齐,三四线城市也成为合资自主未来的“主战场”和增长点。虽然这些品牌还处于起步阶段,但是在泰安市场上,成绩已经有了明显区分:有些品牌的销量稳步增长,有些车型的销量甚至远远不及纯自主车型。

启辰R50上市发布仪式。

## 产品丰富、独立销售更受欢迎

9月8日,东风日产在旗下合资自主品牌启辰诞辰两周年之际推出第二款新车R50,成为合资自主品牌扩充产品线的“先驱者”。

启辰是东风日产打造的拥有自主知识产权的品牌,今年上半年推出了第一款辆车车型——D50。在渠道建设上,启辰“兵马未动粮草先行”,新车还未亮相的情况下提前建店落成;销售上,启辰采用“专属销售 全网服务”新模式,独立建网,与东风日产品牌分渠道销售;在服务上,考虑到方便顾客,启辰品牌还可以利用通过认证的日产专营店,提供同等待遇的高品质服务。

据了解,D50作为启辰的首款车型,配置和价格都非常令人满意,上市两个月全国销量就超过一万辆,目前每月平均销量维持在4000辆左右。

泰安嘉信启辰4S店工作人员表示,D50在泰安上市后,一直保持着不错的销量,“比相当一部分自主车型卖得好。R50上市后,产品线不再单一,市场竞争力进一步增强。”据悉,R50新车已经到店,并且将在9月22日、23日本报肥城车展上首次公开亮相。

## 合资自主卖不过国产车

说起合资自主车型,国内合资品牌第一个“吃螃蟹”的是广汽本田在2010年发布的“理念S1”。不过理念在渠道建设方面明显不如日产启辰,选择与广汽本田同网和销售。

目前,理念全国销量基本在2000辆以下徘徊。在泰安,理念S1的销售情况也不乐观,4S店角落里的S1展车基本无人问津,全市保有量也少得可怜,在路上基本见不到。不少消费者感叹:“这车卖得还不如国产车好。”

目前,理念品牌的新车计划仍不明朗,仅靠理念S1的4款在售车型维持,市场表现平平,很难进一步提升品牌的影响力。理念相比思迪改动也并不明显,我们不得不怀疑理念品牌仅是广汽本田试水合资自主“投石问路”的角色。榨取思迪的剩余价值似乎要更看重一些。目前来看,后期缺少支持的理念品牌前景并不坦途。

## 同网销售影响合资自主销量

与广本理念的情况差不多,东风本田的自主品牌思铭也是同网销售,并且只有一款在售车型。由于上半年思铭的市场情况不好、销售压力过大,前段时间有东本4S店把思铭“换标”为东风本田在店内销售,一些4S店还主动为车主提供换标服务,把思铭伪装成8代思域。

今年4月,东本思铭首款量产车型上市。截止到8月份,思铭全国销量仅9276辆,与同期上市的启辰D50相比,相差一半多。据中国汽车报报道,北京一家东风本田4S店的思铭月销量仅10辆左右。思铭在其他城市销售情况也不容乐观,甚至有的4S店一个月也不见“思铭”开张,换标服务成了挽救销量的无奈之举。

程先生8月份刚刚在东风本田4S店提了一辆9代思域。据他向笔者介绍,因为思铭和9代思域是同店销售,一比较就能发现,“思铭除了价格比较便宜,基本没有其他优势。”最后,资金比较充裕的程先生倒向了全新设计、品牌过硬、更加省油的9代思域。 (赵兴)