

自主品牌齐推高端车 希望提升品牌影响力

本刊 综合

在汽车品牌中,自主品牌车型一直备受关注,尤其是在近年来,各个自主品牌不断推出自己的高端车型。2008年,比亚迪推出了自己的首款中级轿车F6,2009年,奇瑞发布了其高端品牌瑞麒,同年吉利汽车也推出了自己的豪华品牌帝豪。而近一两年来,自主品牌向中高端发展的脚步明显加快。

对此,有汽车专业人士认为,自主品牌推出高端车型是希望通过中高端车型来提升其品牌的影响力,提高市场占有率。

众品牌齐推高端车型

近年来,自主品牌车型变化一直很快,从原来比亚迪的F6到现在荣威的950、帝豪EC8、长安奔驰B90等自主品牌,都在大推中高级车型来抢占市场份额。这些高端车型不仅抵御住了合资品牌不断探底低端市场的重压,更是不断的推陈出新,在一向以合资品牌称雄称霸的中高端市场拥有了一席之地。

有经销商表示,自主品牌中高端车型的价格相比合资品牌的同类车型有很大的优势,因此,近期以来,中高端车型的销量还是相当不错。相比其他合资品牌的车型,自主品牌的高端车型无论在外观上,还是内饰上,都得到了消费者的认同。“花十几万元就能买到一辆相当几十万元的车,相当值。”有车商指出。

消费者:既实用也便宜

对自主品牌的高端车型,

消费者又是怎么看呢?

有消费者认为,一方面是因为价格便宜,另一方面是这几年无论是在做工上,还是外观上,都有了较大的改变,所以在购车时,会优先考虑到国产的汽车品牌。“现在很多合资品牌的价格与自主品牌的价格相差不多,但是,从配置上来看,自主品牌还是占据很大优势,因此说,如果价格相同,在配置上不同,我还是会选择自主品牌。”有消费者表示。

观点

提升品牌的影响力与市场占有率

对于自主品牌的高端车型不断推出,有汽车专业人士就表示,这是一个正常的发展现象,一个企业

有着自己的生长周期,而产品线的丰富和延长则是最积极的发展方向。对于消费者来说,企业不断满足客户需求,让客户在购买时有更多的选择。

汽车专业人士分析认为,其一,自主品牌欲通过发展中高端车型来提升其品牌的影响力;其二,通过中高端车型来扩充其品牌的产品线,进一步细分汽车市场,提高市场占有率。从目前而言,很多自主品牌取得了一定的成就和成功。从长远来看,对于民族汽车工业的发展具有重要的战略意义。

业内人士表示,目前自主品牌正在发力,因为自主品牌的不断发力,合资车的价格也在下探,最终受益的是消费者。但是自主品牌要

崛起,还有一段很长的路要走。

自主品牌借公务用车发力

2011年年底,工信部发布了《党政机关公务用车选用车型目录管理细则》的“双18”条例,提出对公务用车进行改革,要求一般公务用车的排气量从2.0升降低到1.8升,价格从25万元降低到18万元。并且允许日益强大的自主品牌替代合资品牌产品,上汽、一汽和长安等一些车企凭借在造车技术及实力上的积累,开始步入公务用车市场。

2012年2月,国家主管部门继续发布《2012年度党政机关公务用车选用车型目录(征求意见稿)》(以下简称《目录》),《目录》首次将合资车型排除在外,入选的412款车型全部为自主品牌。



JAC 江淮汽车

济宁瑞通

电话: 2161988
地址: 高新区金宇路51-6号(长虹小区西邻)

时间: 3月16日上午9-11点
地点: 济宁瑞通展厅
内容: 江淮汽车团购会
三人成团即送家电大礼!

购江淮
三人行
必有大礼

瑞风: 8.5万起
瑞鹰: 7.98万起
宾悦: 9.18万起

Let's go

凭此广告来店看车可领取礼品一份