

车市频诞新品牌 逆袭能否成功

本刊 综合

如果掰开手指头算一算,仅是近两年,就有约10个新品牌在中国诞生,例如从合资自主的理念,到新的全球品牌西雅特、DS及合资品牌腾势、观致等,这些新生品牌虽然定位有低有高,但都主打年轻化。说起中国汽车市场的新生品牌,相信很多人第一印象便是合资自主。没错,这是自2008年广汽本田率先发布“理念”以来,一个备受争议的车坛新生儿。尽管合资自主自从诞生之初便被打上了“满足政策需要”的标签,但从理念S1、启辰D50、宝骏630以及思铭等相继入市的情况看,它们不仅扩大了企业的产品线,也满足了中国市场多元化的消费需求,并因技术、价格以及服务等某种程度上的优势,而可

能成为推动车市变革的关键因素之一。当然,对于很多新生汽车品牌来说,很可能面临的共同话题就是,处于起步阶段,品牌溢价为零,市场前景需从一张白纸开始描画。但随着时代的不断发展,中国消费群体已经越来越年轻化。而这些年轻人,其实,正是中国众多汽车品牌们赖以生存的巨大市场。有关调研数据显示,到2015年中国汽车市场购车的群体中,80后、90后消费者的比例将会达到58%,成为市场的中流砥柱。而该消费群体除了热衷时尚、追求个性、讲究品质之外,价格恰恰也是一个最敏感的因素。很多人往往尽管手头预算有限,但想在越来越多的汽车产品当中,买到一辆

适合自己心水的汽车,显然不是一件难事。这对合资自主而言,自然就是一个机会。目前,在众多车市后来者当中,除了即将推出、数不胜数的合资自主品牌外,西雅特、奇瑞观致、一汽欧朗、雪铁龙DS、腾势等可算得上是近两年的全新进入者。尽管品牌定位高低各不同,但我们不难发现,这些全新进入者走的都是年轻化路线。西雅特走的是高端精品小型车的定位,并主打运动风格,无论从外观设计还是驾驶感受都偏向运动化,相比起大众和斯柯达,目标群体明显更加年轻化。同样地,雪铁龙DS作为标致雪铁龙集团的高端车系,从去年在国内上市的DS4、DS5来看,走的也是个

性化路线。可见,中国年轻化的消费群体已然成为众多汽车品牌后来者眼中的“香饽饽”,就连中国汽车业的老大哥——一汽集团为了表达对年轻用户群重视的一种态度,于2011年推出了全新品牌Oley(欧朗),定位时尚、动感和个性,主打年轻人群。此外,以自主合资而不是合资自主成立的奇瑞观致,对于这个年轻的汽车品牌,市场份额其实还是要依托着绝大部分的年轻消费群体。再或者,去年比亚迪与戴姆勒合资发布的全新品牌——腾势,它以“腾势而起,电动未来”之意,直截了当地表明将专注于新能源汽车的研发,服务于新能源汽车时代。

◎相关链接

新生品牌进化论

- 2008年4月,在北京车展上,广汽本田正式发布自主品牌“理念”及首款概念车
- 2011年11月,在广州车展上,一汽欧朗、东风日产“启辰”、北京现代“首望”、东风本田思铭等品牌正式发布,与此同时,大众品牌西雅特也宣布进入中国市场;随后,奇瑞量子更名观致汽车,品牌标志同时发布
- 2012年3月,由比亚迪和戴姆勒共同合资的电动汽车品牌“DENZA腾势”在深圳发布,这是中国首个专注于电动汽车的品牌
- 2012年6月,标致雪铁龙旗下DS4和DS5两款车在中国上市,宣告DS品牌正式入华,挑战已经占得先机的欧美及日系豪华车
- 2013年3月,一汽丰田发布合资自主品牌“朗世”,首款车型将为电动车,计划在本届上海车展首发亮相
- 2013年4月,华晨宝马推出了全新品牌“之诺”,首开国内豪华品牌合资自主的先例



浙江吉利控股集团汽车销售有限公司 | 全球鹰品牌事业部 | 400-886-9888 | www.qqycar.com



全球鹰
GLEAGLE
—— 创 意 未 来 ——

6速自动 驾悦由我

DVVT+澳大利亚DSI 6AT 定义中级家轿动力组合新标准



全球鹰 GC7
新实力派中级家轿



全球鹰 GC7
新实力派中级家轿

● DVVT动力+澳大利亚DSI 6速手自一体变速器的高端黄金动力组合 ● 定速巡航系统 ● 按五星级安全标准设计 ● 6安全气囊

经销商 | 济宁交通汽车销售服务有限公司 地址: 济宁火车站西路18号 热线电话: 3152299 24小时售后服务热线: 3159989 邹城: 5181117 曲阜: 4448117 金乡: 8967888
吉易二手车置换 地址: 济宁市车站东路27号 垂询热线: 3208668 15318198299 梁山: 7321765 泗水: 4258818 嘉祥: 6666697

GEELY | 快乐人生 吉利相伴 全球鹰品牌旗下车型 GC2 GX2 GC7 GX7 自由舰 远景