

中国汽车业面临新变革 突围后销量时代

中国汽车业正在经历一场全新的变革，这不仅是指汽车业告别了过去十年的“黄金时期”，进入了个位数的增长阶段，同时中国汽车业正在步入一个全新的增长通道，“后销量时代”的挑战正在来临。

本刊 综合

上海国际车展前夜，市场信号正在释放。中国汽车工业协会统计数据显示，今年前3个月，汽车市场摆脱了去年疲软的态势，重新实现两位数增长，其中乘用车销量达到442万辆，较上年同期增长17%。

但由于细分市场冷热不均，豪车市场的增速出人意料地跑输“大盘”。数据显示，今年前3个月豪车市场增速为4%，首次低于乘用车增速。

宝马(中国)汽车贸易有限公司总裁许智俊将上述现象称为“温和的增长”，但这在过去数年是前所未见的。

此前数年间，处于金字塔顶端的中国豪华车市场持续以高于行业增长的速度“策马狂奔”，很少受市场波动影响。但眼下，豪华车的高速增长一去不返，各大高档车厂商同样感到了市场的寒意。

去年，国内豪华品牌汽车经销商普遍经历了赢利难题。今年，德系三大汽车经销商不再强调增长速度，而是寻求稳健成长。宝马正在推动经销商将赢利重心从新车利润转向售后服务及其他衍生业务；奥迪的目标也是维持市场份额稳定，不再追求增长速度；奔驰同样在稳步推进销量增长计划。

谋求销量的高增长是中

国车企最简单的命题，曾几何时，“先做大再做强”的思路指导着众多汽车品牌的市场策略，但当成本压缩无法抵消经销商的疯狂降价时，渠道危机自然爆发，单店销售超千辆的汽车4S店，却依旧利润微薄。

豪华车遭遇渠道盈利危机的同时，其他品牌也难独善其身。目前，日系车企仍在经历市场下滑的阵痛，销售终端的价格如“脱缰野马”般不断下行，对此，日系车商纷纷启动了提升品牌和服务水平的计划，希望在挽回消费者信心的同时，也能够使销售价格止跌回升。

国产品牌方面，日前，奇瑞发布新的品牌战略计

划，抛弃了2009年创建的三大子品牌，精减产品组合，将旗下产品重归奇瑞品牌上市；长城汽车则将哈弗品牌独立出来，为旗下最具赢利能力的SUV搭建全新的经销商网络；东风乘用车的扩张意图更加明显，其全新乘用车品牌战略将在本届上海车展上发布。除了强化品牌塑造外，比亚迪、江淮还通过延长售后服务时间，以增强消费者对于自身品质的信心。

与此同时，销量目标逼迫汽车厂商不得不改变营销模式，花样百出的促销手段虽然解决了暂时的销量饥渴，但对于一些没有议价能力的汽车品牌来说只能是昙

花一现。不得不承认，过去几年的高速增长掩盖了中国汽车市场太多的缺陷，如今面对全新的增长时期，“调整，再出发”成为各大厂商的当务之急。

虽然经济学家预测中国经济仍保持8%的增长速度，同时中国的汽车千人保有率远未达到发达国家水平，但市场增速逐渐放缓是难以回避的事实，当蛋糕越来越小，有限的市场规模更加考验着汽车厂商的营销能力和盈利能力。

至此，中国汽车市场步入了一个全新的增长通道，新的市场环境将对企业销量、经营质量、产品技术与品牌塑造进行全方位考验。



品质实力派 2013款宝骏630 跃然登场



宝骏 630

5年10万公里
动力总成质保



2011 CCTV
“中国年度经济型乘用车”



实力源自国际品质，当然的品质实力派！宝骏630，源自通用汽车成熟科技，遵循通用汽车全球整车开发流程精工制造，自然亮点骄人！全新2013款，升级动感内饰、人性化中控台改进，匹配整车NVH降噪升级...给您同步国际的可靠品质！

宝骏团购风暴来袭 3人即可组团 五一提前“放价” 团购宝骏“油礼游” 惊喜就在4月27日！

宝骏 630
国际品质新家轿



人性化中控台

白背光地筒仪表

1.8L ECOTEC发动机

ABS+EBD+全系双安全气囊



上汽通用五菱汽车股份有限公司
400-86-12345
www.autobaojun.com



济宁圣翔宝骏 4S 店

销售热线: 0537-2650000 地址: 济宁市327国道南营村路南(申科汽车广场)

泗水: 0537-4364000 邹城: 0537-5118567 鱼台: 0537-6226500 梁山: 0537-7361919
金乡: 0537-8763222 汶上: 0537-7220050 嘉祥: 0537-6868567 曲阜: 0537-4669987
兖州: 0537-3810850 金宇: 0537-2650085 车站西路: 0537-2108091