



吉利汽车逆势上扬说明了什么?

文/晓程

在行业微增长、众多合资企业为销量下滑困扰不已的大背景下,吉利汽车上半年逆势上扬,累计销量为25.2万辆,同比增长约35%,达到2015年全年销量目标45万辆的56%。这个增幅远高于行业增长幅度,这样的成绩在中国自主品牌企业中尤为显著。

吉利汽车逆势上扬,持续增长,说明了什么?



1 产品是市场竞争中的最大砝码 产品力是最大实力

吉利汽车逆势增长,主要动力是产品力。

吉利的高品质产品不断投放,上市后获得了良好的市场表现,潜力在持续释放。

上半年,吉利帝豪销量累计销量超10万辆,同比增长56%;2015年4月初,吉利汽车正式推出首款B级车博瑞,6月份销量达2750辆,月增长38%,成为目前自主品牌B级车销量最高车型;吉利远景上半年累计

56329辆,同比增长234%,月均销量突破万辆,成为自主品牌A级车市场的一匹黑马,和吉利帝豪以A级车市场“双雄”地位,成犄角之势,互补共进,共同参与强势竞争;吉利SUV车型GX7上半年销量达34774辆,同比增长17%,呈稳步增长态势。

吉利汽车产品由一枝独秀到春芳满园,产品体系中精品跌出,互为支撑,形成吉利汽车逆势增长的潜能释放点。

2 产品品质是提升品牌形象的根本

吉利的产品品质改变着吉利汽车的品牌形象。

新帝豪、新远景、吉利博瑞、GX7运动版等新产品的上市,进一步改变和丰富现有的产品结构及布局,在经历一系列战略调整和变革后,吉利的战略和品牌调整初显成效,销量增长也非常迅速,品牌知名度和美誉度也迅速提升。

去年7月上市的新帝豪,凭借强劲的T动力,丰富人性化的科技配置、时尚的造型等产

品亮点,上市三个月,月销量就突破2万辆,连续数月成为中国品牌轿车销量冠军,巩固了新帝豪在自主品牌轿车领域销量冠军的地位。吉利帝豪堪称中国品牌最成功的产品。自诞生之日起,帝豪就对标合资车型整车品质,造就了中国品牌向上突围的“帝豪现象”。在短短6年时间内,帝豪销量超80万辆,进一步巩固了自身“中国轿车第一品牌”的地位。

帝豪提升了吉利汽车中级车

的品牌形象,吉利博瑞则奠定了自主品牌冲击高端的基石,成了自主品牌品质提升、形象提升的中坚力量,成了自主品牌高端车型的标杆。吉利汽车一举获得“自主品牌第一轿车”和“最美中国车”的美誉,说明产品力获得了市场认可,更说明产品力让品牌力增值。产品力与品牌力综合作用,产品力会得到充分发挥,从而让市场潜力得到积累和释放。吉利品牌整合,实际上是稳扎稳打,提升品牌形象和体系竞争力。

3 咬定青山不放松 方向稳定不动摇

局部革新变化,方向专一稳定,是吉利汽车的特点。

拿轿车市场来说,尽管中国SUV市场风生水起,但吉利汽车一直保持轿车产品的稳定,并以“咬定青山不放松”的执着,坚定地致力于轿车产品品质的提升,拿帝豪来说,上市不久就改款,改款之后又换代。吉利帝豪的“品牌向上”,显示出优质的中国品牌产品同样具备品牌上探

的潜质。

从目前的销量和口碑来看,新帝豪已经完全具备冲击主流合资品牌市场地位的实力。短短几年时间,吉利汽车在轿车领域就取得了令人艳羡的成功,帝豪、远景、博瑞成为吉利汽车的“铁三角”,成为品牌向上的支撑力量。如今轿车成功了,吉利汽车可以将这种成功向SUV复制。没有品质提升的执着,没有方向的稳定,

就没有吉利的轿车精品。成功一块,收获一块,稳扎稳打,步步为营。吉利下半年到明年还有帝豪CROSS等新车型上市,还将通过全新SUV以及换代GX7上市,补强SUV,将轿车领域的成功延伸到SUV领域。吉利在SUV市场的深耕细作的火候已经成熟,下一步将迎来SUV市场的新的收获。新一代产品的投放,将助推吉利销量更上一层楼。

4 吉利汽车让中国自主品牌充满希望

吉利汽车让人们看到了中国自主品牌成功的希望。

从购买沃尔沃成功,到帝豪持续热销,到博瑞精彩亮相,炫彩上市,吉利年年变化,步步出彩。吉利汽车提升了人们的期望值,但它的成功,又出乎人们的意料之外。人们有理由期待它获得更大

的成功。去年,自主品牌还被市场连续下滑的阴霾包围着。如今,吉利汽车、长安汽车等优秀自主品牌企业的逆势增长,让这种阴霾一扫而空。合资产品也有瑕疵,自主品牌也有精品。中国自主产品在顽强上攻,健康向上,人们有理由充满希望。






吉利汽车
GEELY AUTO

中国国家游泳队战略合作伙伴

时代新锋 洞见不凡

吉利博瑞携手国家游泳队 锋芒驭世

郝运



叶诗文



宁泽涛



焦刘洋



周嘉威





吉利汽车菏泽吉豪4S店

吉利博瑞专享热线: 0530-5700100 吉利汽车全系热线: 0530-5700700 品鉴地址: 菏泽黄河东路1666号