

能造一流高铁,为啥汽车就不行

5月自主品牌汽车销量惨淡,折射行业五大顽疾

近日,两条信息让人感慨不已,一是5月国内手机市场国产品牌出货量达4500余万部,占九成的份额;另一条信息则是,在汽车行业唯一可以自我安慰的SUV领域,自主品牌汽车5月遭遇“滑铁卢”,销量前四中只剩两席。为什么大到已是中国制造新名片的高铁,小到家电和手机,中国品牌都强势崛起,而颇受关注的自主品牌汽车却一直是扶不起来的阿斗?

高价车卖不出 低价车也难卖

随着5月乘联会产销数据出炉,最新12款主流自主中高级车型销量数据显示,10款车型在5月单月销量仅为三位数,而一汽轿车奔腾B90单月销量仅3辆,北京汽车绅宝D80在5月销量一栏中赫然写着1辆。

从同比变化来看,截至今年5月,销量满一年的5款自主品牌高端车型全部遭遇大跌。奔腾B70今年5月单月销量445辆,相比于去年同期的1806辆,大跌75.4%;另一款奔腾B90更是从去年5月的135辆跌至今年5月的3辆,跌幅达97.8%。长城汽车旗下两款中大型SUV车型H8、H9仅分别交出442辆和728辆的5月成绩单,同比分别下滑57.7%和9.5%。长安睿骋5月销量380辆,延续低迷态势,相比于去年同期的521辆,下跌27.1%。业内人士指出,开发一辆新车投资动辄数亿,甚至数十亿,耗资三四年时间,如果月销量不足千辆,那么基本属于卖一辆车亏一辆车的状况,这对车企来说是典型的投资失败。

再看经济型轿车销量,根据乘联会产销数据,5月排行前四中,合资品牌占据了9席,唯一的自主品牌长安汽车悦翔仅“勉强”挤入前十。具体来看,三款德系经济型车牢牢占据前三席位,一汽大众捷达以5月单月销量3.05万辆夺冠,第二名与第三名分别由上汽大众全新桑塔纳和全新polo夺得,5月全新桑塔纳单月售出1.73万辆,全新polo售出1.69万辆。值得注意的是,一汽大众捷达和上汽大众桑塔纳、全新polo加起来的销量占到整个前十总体份额的51.3%,也就是说德系“前三强”几乎和其他7款车型的总销量相当。

4至6名则主要被日韩系车

型占据,在最后一批次中,长安汽车旗下经济型轿车悦翔以5月单月5627辆,累计销量2.74万辆占据第十名,这也是销量前十排行榜中唯一上榜的自主品牌经济型轿车。

如果说15万元以上的价格考验的是自主车企的品牌力,那么10万元以下则是对自主品牌性价比的综合考量,原本该是自主品牌主战场的经济型轿车车市,为何俨然一片“丢盔卸甲”,这或许是摆在各大自主车企面前的重要课题。

质量让人存疑 “心”病依然难去

在自主品牌向上“攻城”的战役中,吉利博瑞“一骑绝尘”,5月单月销量突破4000辆,博瑞的推出对中国自主品牌汽车来说,应该算得上一个铭刻历史的里程碑。流畅成熟的外观设计,越级而立的丰富配置,以及众多车主交口称赞的优秀品质,将“中国制造”汽车推上了一个新的台阶,但比起合资品牌上万的销量,仍然差距不小。

为什么自主品牌那么实惠,大家都不买呢?这里面也和消费者的心态分不开,对发达国家的人来说,汽车只是一种生活必需品,就像人手一台的手机。但对于汽车价格还很贵,收入还跟不上的我国人民来说,汽车更是一种代表个人经济实力,代表身份,甚至是强烈功利目的的象征。

但大多数人买车看重的还是车子本身是否优秀,在这方面,自主品牌同样面临一个很尴尬的局面。前几年的自主品牌车普遍质量上相比合资车有较大差距,这种负面印象已经在全国范围内广泛传播,再加上最近一些自主品牌高端车型被爆出确实存在质量稳定性的问题,这些都构成了人们仍然对自主品牌不放心的因素。

但自主品牌真正的软肋——“心脏病”毕竟还是存



在,由于在发动机和变速箱技术上相比国外品牌存在的差距,自主品牌车或多或少都有动力上缺失的问题存在,我们称之为“心脏病”。当然,自主品牌厂家早就意识到了这点,也在大力追赶中。但毕竟差距仍然存在,自身在进步的同时,比自己更强的对手也在进步,所以,动力系统的差距恐怕是一时半会儿没法追上来的,这也会成为一部分对动力有要求的人最终放弃自主品牌的原因之一。

浅层次模仿 难走消化-创新路

同样是造车,为啥中国的自主品牌汽车却不如高铁一样享誉全球。中国从高铁发展的后起国家,跃居世界强国,最根本的还是走出了一条吸收-消化-创新的道路。

与高铁的市场换技术策略实施情况相比,汽车行业的市场换技术,没有强制性举措和政策规定必须换,如何换,导致让出了市场,换来的只有生产、加工、销售、网络方面的流程,尖端的核心技术换不来。如在一

汽大众,一汽拥有60%的股份,但由于技术、车型等来源于大众,一汽根本无法向大众提出技术输出的要求,甚至是合作开发的要求。弱小而分散的中方,与拥有绝对优势的外方,根本无力在同一个层面进行博弈。

作为汽车工业后发国家,中国自主品牌整体处于全面模仿合资公司的阶段。但任何对标、模仿、学习和借鉴,都不能只从表面模仿,而不去探究对方背后的支撑因素,更不能脱离自身实际,脱离企业发展阶段。如在车型命名方面,宝马SUV以X命名,于是自主品牌SUV出了一系列的X名字的产品,如一汽奔腾X80、力帆X60、奇瑞X5、吉利GX7、东南汽车DX7等,这种浅层次的模仿不易增强消费者的品牌认同感。缺乏自主意识,没有前瞻性这一问题已到了不变不行的地步。

在推动自主创新方面,国企太守旧,民企太多变这一问题凸显。正如清华大学汽车发展研究中心主任李显君所说的,我国政府对国有企业领导人侧重利润和营业收入等战术考核,缺乏自主创新和自主品牌这类战略考核。这就导致在国企方面,不少企业对

自主品牌资源投入不足,迷恋合资的舒坦日子,沉浸在依托合资迅速扩大销量规模的喜悦中,或者通过并购重组扩大规模,难以真正沉下心来发展自主。

比亚迪、奇瑞、吉利等不少自主品牌都在迅猛发展阶段时,提出跨越发展的目标,并推动多品牌运作、大规模投资,同时上马多个新车型,导致发展遇到困境,进入下滑通道,折射出盲目自信,违背发展规律这一问题。如吉利,随着销量增长,在2009年模仿丰田开始多品牌战略,从吉利品牌一下子拆分出全球鹰、帝豪和英伦三个子品牌。但吉利自身资源无力同时支撑三个品牌,管理能力不足以应对三个品牌的协同。同时,随着吉利后续销量的下滑,三个子品牌发展不均衡的态势加强,弱势子品牌难以在市场上健康生存。吉利2014年提出回归“一个吉利”的战略,奇瑞削减100个左右的新车研发项目等,都证明着,不是车型越多销量就越好。

此外,单打独斗、没有协同,贪大求全、一哄而上这两大问题同样制约着自主品牌汽车的发展。

据澎湃

虐待两岁女儿,用染料突出伤情刺激前妻

奇葩父亲已被带回公安机关调查



女童的胳膊、背部满是伤痕。

本报讯 6月14日,一条来自新浪微博的求助信息引发舆论广泛关注:一名河北网友自称女儿遭到前夫的虐待,前夫扬言要杀亲生女儿。

14日晚间从浙江杭州警方获悉,相关网帖发布后很快引起警方重视。经杭州警方查证,网帖涉及的前夫为外地到杭州的打工人员,目前女童已被成功解救并送医检查,其生父已被带回公安机关调查。案件的具体情况,警方正在进一步调查之中。

14日6点多,新浪网友“Nongstone567”通过其微博发布消息称,“亲生父亲扬言要打

死女儿,还特意发给前妻炫耀,我要寻求媒体帮助,要回抚养权,惩治变态!”

除了文字,该微博还配有4张照片,内容为一赤身裸体儿童,图片可见其胳膊、背部等部位满是伤痕及淤青。由于涉嫌可能的虐童犯罪,该微博发出后很快引发网友广泛关注。

该微博随后引起河北警方的关注。对网民关心的“两岁女儿遭亲生父亲虐待”事件,河北警方高度重视,河北省公安厅和石家庄市公安局第一时间介入,及时与发帖人取得联系,详细了解相关情况,经紧张调查,初步确定女童及其父亲目前在

浙江省杭州市,石家庄警方第一时间将有关情况通报杭州警方。

14日15时50分许,杭州市公安局接到石家庄市公安局发来的协查通报,请求杭州警方协助调查。接到协查信息后,杭州警方立即指令由西湖区公安分局牵头,组织精干警力对案件展开调查。

16时许,通过对掌握线索的排摸,西湖区公安分局迅速锁定了嫌疑人行踪,并出警赶赴西湖区文三路463号华溢酒店,将嫌疑人控制并带回公安机关调查,同时将其女儿迅速送医检查。

经警方初步查实,嫌疑人李某樾(男,30岁,山西籍)确系报案人李某纹前夫,两人育有一女李某某琪(2岁),于2015年10月离婚,离婚后女儿由李某樾抚养。

目前,女童李某某琪状况稳定,案件情况仍在进一步调查中。

14日晚间,一位接近警方的知情人士向记者透露,根据医院检查,女孩生命体征稳定,而伤势也并未如照片上显示的严重。该男子殴打女儿后,还特意使用染料突出处理伤情后,拍摄图片刺激前妻。

据封面新闻