

无全新车型 广本今年重在“保级”

车型导入缓慢，营销策略保守，这是广汽本田留给外界的印象。2012年，广汽本田似乎无意改变这一形象。日前，2012款雅阁和锋范上市，两款“新车”变化不大，2012款雅阁只是提供了更多的配置选择；2012款锋范最大的变化是前脸和尾灯组合。发布会现场，广汽本田执行副总经理姚一鸣表示，今年的销量目标是40万辆。



“只要雅阁达到去年的销量，无论得到什么样的排名都不错。”姚一鸣说。



40万辆的销售目标仅比去年的36.2万辆多了3.8万辆。有业内人士认为，今年可以说是广汽本田的新车空档期。在没有一款全新产品的前提下，广汽本田只能寄希望依靠改款车型来保住目前的销售水准。

去年，广汽本田的表现不尽如人意，销量同比下滑了6.2%。于是春节刚过，广汽本田便急不可耐

地打响了2012年在中国车市的第一枪，但由于全新产品导入依然匮乏，其信心略显不足。

这一点明显地表现在中高级车型的竞争上。姚一鸣表示，今年雅阁的销售目标是不低于去年的16万辆，如果“意外得到”第一，广汽本田会非常高兴。

据记者了解，随着欧系品牌在中高级市场的发力，雅阁的压力越来越大。2011年广汽本田虽然保住了雅阁中高级车销量第一的宝座，但在总销量上距离自己设定的目标依然相差了两万辆。面对激烈的竞争，雅阁必须对现有产品进行及时升级。但刚上

市的2012款雅阁缺乏本质性的改进，在竞争对手纷纷换新款的大潮中，不免显得有些落后。

今年，广汽本田除了引进小众车型新能源车CR-Z和飞度混合动力版外，并没有更多的新产品上市。不过，广汽本田意识到了这一点，对于今年40万辆的销售目标，广汽本田将增长点放在了歌诗图和理念S1上。

姚一鸣认为，由于排量降低，进口的2.4升歌诗图的车价有望大幅下降，希望歌诗图能在今年达到3万辆的销量。广汽本田的自主品牌理念S1去年上市后销售情况不错，但日本

地震影响了理念S1的销量，今年期待理念S1能有1万-2万辆的增长。

虽然今年困难重重，但对明年姚一鸣表示出了信心。“2013年，广汽本田的所有产品都将换代，并将导入全新产品。”姚一鸣告诉记者，广汽本田的产品序列会覆盖各个级别市场。

有业内人士认为，受本田整体战略迟缓的牵连，广汽本田近两年步入了发展的低潮期。“发展如逆水行舟，不进则退”，如果今年不能调整好发展节奏，广汽本田将被越来越多的后来者超过。”

商报记者 钱瑜/文
企业/供图

·图表新闻·

一季度自主品牌将继续丢失份额

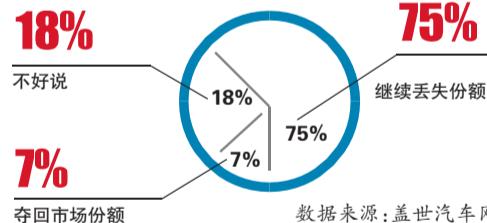
覆盖在2011年中国汽车市场上的阴霾在今年1月份并未散去。尽管业界主流预测观点乐观认为今年国内车市将保持在两位数的整体增幅，不过根据盖世汽车网最新一期的业界调查结果显示，一季度自主品牌的形式在业界看来并不乐观。

据中国汽车工业协会统计数据显示，今年1月，自主品牌乘用车销售48.80万辆，环比下降17.13%，同比下降30.62%，占乘用车销售总量的42.05%，占有率比上月下降0.97个百分点，比上年同期下降3.96个百分点。

终端消费市场的结构性转移对自主品牌车企的生存带来了困境，而今年一季度市场的结构性分化还在继续。对此，调查中有高达75%的人士认为一季度自主品牌将继续丢失份额，而持反对立场的人士不到10%，仅为7%。另有18%的人士持观望态度。总体而言，抗风险能力相对较低的自主品牌今年会继续经受一定的考验。

本报记者 蓝朝晖

一季度自主品牌表现调查



新动力投资公司在京成立 大众汽车金融发出扩张信号

“在中国，我们希望成为最好的汽车金融服务集团。”

大众汽车金融(中国)有限公司总经理薄科满



日前，大众汽车金融服务股份公司获得了有关部门批准，在华成立一家投资性公司。据悉，新成立的大众汽车新动力投资有限公司将专注创建与汽车相关的服务业务。

其实，从2004年上汽通用汽车金融公司成立开始，中国市场上各大汽车厂商纷纷开始建立自己的汽车金融公司，但受限于国内金融政策，一直没有哪家的业务能形成规模，成绩更无法与国外成熟市场上的汽车金融公司相提并论。但是，巨大的市场发展前景诱惑着各家汽车金融公司，吃不进去又舍不得吐出来，经过几年的发展，汽车金融逐渐成为让汽车厂商们头疼的鸡肋。

相关统计显示，去年

我国汽车金融渗透率在15%左右，但国外成熟汽车市场的这个比率却在60%以上。发展的潜力就摆在眼前，如何扩大在华业务范畴，寻找新的增长点，是眼下每家汽车金融公司都在思考的问题。

现在，大众汽车金融发出了扩张信号。

专家分析，大众新动力投资公司的成立，是大众汽车金融帮助大众汽车在华发展战略实施的重要举措。“我们知道，投资公司的业务主

要记者时表示，他坚信未来两到三年，中国汽车金融行业会有非常好的融资渠道和多样的选择，而大众汽车金融也将更快发展。“我们集团的战略目标是要成为全球最好的汽车服务集团。在中国，我们希望成为中国最好的汽车金融服务集团，希望在大众汽车集团旗下每卖出两辆车，就有一辆是通过大众汽车金融服务实现的。”薄科满说。

可见，大众汽车金融在华发展目标愿景明确。那么，大众汽车新动力投资公司的成立是否如其董事长傅海德所说的那样，“对我们在华业务具有里程碑的意义”？且让我们静观其接下来的举措。

本报记者 王万利/文
企业/供图

大7CEO将上市 东风裕隆纳智捷今年目标5万辆

大7SUV上市3个月订单破万辆、正式营业的50多家汽车生活馆客流量持续增长……东风裕隆纳智捷这一汽车品牌新车在一路凯歌中步入了2012年。

日前，东风裕隆纳智捷相关负责人向记者透露，公司今年的产销目标是5万辆，将有大7CEO和大7MPV两款新车型投放。据悉，5万辆的年销售目标中，眼下热销的大7SUV占4万辆；高端MPV车型大7CEO将在北京车展亮相，预计6月前上市；此外，年底前还可能推出大7MPV。

纳智捷首款车型大7SUV是品牌销售主力，上市后持续热销。就北京市场来看，虽然目前仅有两家纳智捷汽车生活馆，且均处于试营业状态，但已是顾客盈门、订单不断。纳智捷北京汇京嘉和汽车生活馆市场部经理孙鸿磊向记者介绍大7SUV的销售状况时说：“上市后持续热销，车辆严



纳智捷大7MPV有望年底前上市

重供不应求，店里已经积压了100多份订单，且现在还在以每月50份以上的速度增加着。

“厂家配给店里的车，外加我们的展车，几天就全卖光了。”孙鸿磊告诉记者，很多客户在到店体验大7SUV后，马上就决定购买，现在只希望厂家能尽快多供车。据了解，从2月开始厂家会逐月增加大

7SUV的供应量，客户等待时间将缩短。

可以说，纳智捷大7SUV作为一个新品牌的首款车型，取得了非常亮眼的成绩。但反观东风裕隆纳智捷渠道拓展，与其车型蹿火的速度相比，则显得慢了许多。2011年东风裕隆纳智捷计划建80家汽车生活馆，但最后只有50余家正式营业。就北京地区来看，至今只有两家正在试营业的汽车生活馆，虽然还有房山、亦庄两家也在计划建设中，但最早也要到年底才能开业。

究其原因，东风裕隆纳智捷一位高层告诉记者，是厂家对渠道建设的要求过高。据悉，去年多家店是因为没能顺利通过厂家的验收而延迟开业。而今年，东风裕隆纳智捷方面表示将继续坚持高品质的建店原则，以一级店、二级店配合，向纵深发展的模式，年底时实现200家汽车生

活馆的销售渠道规模。

不过，对于东风裕隆纳智捷今年的发展计划，仍有专家表示“有点慢”。“纳智捷的车不错，随着消费者对该品牌认知度的提升，以及大7CEO等新车型的加入，今年销售势头会更火。”汽车分析师贾新光称，一旦销售持续火爆，产能问题很可能成为厂家头疼的一个问题。

据了解，东风裕隆纳智捷工厂的产能目前正在逐步增加中，年底前争取达到月产5000辆车的水平。“虽然今年的产销计划是5万辆，但就目前大7SUV销售形势来看，超额完成的可能性很大。”贾新光表示，希望厂家能打好提前量，别让产能成为高速发展的掣肘。而在建店上，谨慎些自然好，但速度也很关键。“总之，一切都为热销做好准备。”贾新光说。

本报记者 王万利/文并摄