

启悦低价上市难担未来冲量重任

长安铃木年增三成计划面临挑战

计划从今年起每年在中国市场推出一款全新产品的长安铃木,近日迎来了首款新车型——长安铃木启悦。同时,长安铃木总经理浅井庆一借启悦发布的机会,重申了长安铃木“1855战略”,即到2018年底,向中国投放5款以上全新产品,使长安铃木年产量超过50万辆。长安铃木副总经理孙长松也对启悦的市场预期充满自信,他表示,“启悦产品力超越同级竞品,明年启悦将成为长安铃木的主力产品,和锋驭一起承担10万辆的销售任务,助推长安铃木回归主流”。

然而,一款车型是否能在市场上大卖,在产品过硬、价格实惠的同时,品牌也是决定其成功与否的关键,这正是长安铃木所欠缺的。据悉,该车型将面向主流A级车市场,售价为8.79万-12.19万元,并享受3000元的国家节能补贴,补贴后的售价为8.49万-11.89万元。长安铃木启悦搭载了与去年上市的长安铃木锋驭相同的1.6L G-INNOTEC发动机,该发动机获得“‘中国心’2014年度十佳发动机”殊荣,最大功率90kW/6000rpm,峰值扭矩158N·m/4400rpm,与发动机相匹配的则是5速手动或6速手自一体变速器。

本次长安铃木主打低价牌,以补贴后



售价不到12万元的顶配车型为例,车身电子稳定系统、无匙进入、一键启动、自动大灯、换挡拨片、定速巡航、蓝牙电话、导航、倒车影像、自动空调等配置一应俱全。业内人士表示,启悦打出的高配低价策略,表明长安铃木放下合资品牌的姿态,进一步下探价格,欲抢夺10万元及以下级别的自主品牌市场。

然而,长安铃木启悦售价公布后,一位长安铃木经销商负责人表示,从车型尺寸、动力系统到配置上,长安铃木启悦在10万元级别车型中具有绝对的竞争力,但品牌将成为影响其后市表现的一大劣势。在目前竞争激烈的中国汽车市场,相较于德系、法系、韩系甚至自主品牌,长安铃木的品牌力一直处于下风。“售价公布之前,

长安铃木启悦便已经启动预售,但目前店里一辆车都没订出去,这简直不可想象,很多消费者根本不知道长安铃木会有一款新车即将上市,厂家不能只让经销商多卖车,在品牌营销上厂家应该多下功夫。”该经销商负责人抱怨道。

业内人士认为,造成长安铃木关注度低的原因,在于过慢的产品投放速度。一直以来,长安铃木仅靠奥拓、雨燕以及天语三款车型支撑销售。去年锋驭上市,距离上一款新车发布已间隔四年。一位长安铃木销售人员透露,借助前几年的营销攻势,奥拓和雨燕仍是目前的销售主力,锋驭表现不温不火,购买该车型的基本是长安铃木车型的老用户。

按照长安铃木的计划,若想实现2018年超50万辆的销量目标,要保证每年20%-30%的销量增幅。未来,今年铃木在巴黎车展上发布的新维特拉、CELE-RIO(新奥拓)将会先后引入,以丰富长安铃木的产品线。业内人士认为,长安铃木羸弱的品牌力是长期积累的结果,如果不在提升品牌力上下功夫,仅依靠奥拓、雨燕等老车型,即便未来推出多款新车,想要完成超50万辆的销量目标,仍是个巨大的挑战。北京商报记者 刘洋

观致汽车高层集体大换血

谁也没有想到,在任三年,观致汽车董事长兼首席执行官郭谦以一一场新车发布会作为自己的“告别秀”。日前,观致汽车旗下第三款新车——观致3都市SUV 1.6T在上海上市。但新车上市的第二天,便有消息称,郭谦即将卸任,跟随其一同卸任的还有观致汽车销售和市场执行总监卫思梵,整个过程充满了戏剧性。

一封落款为尹同跃(奇瑞汽车董事长)和Idan Ofer(以色列控股集团董事长伊丹·奥菲尔)的邮件称,“我们相信这些改变将有助于将观致汽车提升至亟须的更有竞争力的地位”。

根据邮件,郭谦将接受奇瑞公司的新角色,升任奇瑞汽车股份有限公司副董事长,主管奇瑞汽车整体战略规划和投资管理。观致汽车董事长一职将由奇瑞常务副总经理、奇瑞研究院院长陈安宁接任,其亦将暂时代理首席执行官;而孙晓东则将在2015年1月正式加入观致汽车,具体职位安排随后公布。

作为创始人,郭谦一手构建了观致汽车高水准的研发、制造体系,但却没能使其突破市场困局。数据

显示,尽管在短短一年时间里接连推出了3款新车,但观致汽车这一年来的销量并未有太大起色。今年前11个月,观致汽车累计仅售出5828辆轿车,距当初设定的3万-5万辆的年销量相去甚远。

以色列集团发布的2014年三季度财报显示,观致汽车项目在今年三季度仍然出现9500万美元的亏损。今年前9个月,观致汽车的净亏已高达2.32亿美元,折合约14亿元人民币。同时,截止到9月30日,观致汽车项目已投入5.96亿美元,其负债总额已高达89.18亿元人民币。报告同时指出,由于新车上市后并没对二季度的销量造成太大刺激,因此预计该项目在2014-2016年间需要大量持续性投

入且都不能产生盈利,仍需合资双方的持续投入。

业内人士普遍认为,观致汽车目前的局面是其车型及策略“不接地气”的最终反映。以刚刚上市的观致3都市SUV 1.6T车型为例,其价格区间为13.99万-17.99万元,价格仍旧继承了其品牌的特性,无论在品质还是价格上都“从不妥协”。不过,在观致的品牌力尚未建立之前,其高举高打的策略已被证明是失败的。此外,根据规划,观致汽车将在今年完成100家经销商网络建设,不过目前只有57家经销商开业。

在郭谦和卫思梵一同离开后,即将接手销售业务的孙晓东被寄予厚望。邮件称,“他是一位在汽车行业市场和销售领域拥有丰富经验的资深高管”。

但是,对于观致汽车的未来,业内也有质疑,虽然孙晓东在上海通用时期曾经创造了多个成功的营销案例,但孙晓东离开上海通用后,曾先后到标致雪铁龙和吉利任职,在此期间其均未有过的表现。

北京商报记者 钱瑜

· 简讯 ·

CR-V稳居SUV销量榜三甲

今年SUV市场持续火爆,市场份额从去年的12%增加到今年同期的20%。面对如此大好形势,各大汽车厂商加大这一细分市场的产品投放。销量是产品实力最好的佐证,作为城市SUV实力派,CR-V常年占据SUV销量榜三甲,市场地位稳固。



都市生活中购物是有车族的风向标,CR-V充裕的储物空间和宽大的后备厢优势让一切变得轻松。而行驶在路上,无论是拥堵的城市干道,还是回程顺畅的环城高速,CR-V的动力都能随心所欲。CR-V还配备本田智能的E-CON系统(智能化绿色节能辅助系统),配合先进的i-VTEC发动机,达到动力与环保的完美统一。开车上路必须注意行车安全,这方面CR-V提供了超五星的安全配置。除了强化高刚性车身外,全系标配六安全气囊系统,并且配备了HAS坡道辅助系统等高科技安全配置。作为首款国内销量破百万辆的城市SUV,CR-V凭借其超强的产品实力及全面的性能,得到了百万消费者的认可。

买卖二手车开玩O2O

国内新兴的O2O二手车零售平台优车诚品与亚洲联合财务有限公司日前在京共同签署协议,决定就消费者购车贷款、库存融资贷款等方面展开合作。来自汽车联合会的最新预测数字显示,即将过去的2014年中国二手车的交易量有望接近700万辆,而到2020年将会达到或超过2000万辆;交易金额更是会超过数千亿元。由此,伴随大额交易产生的金融需求也不可阻挡地凸显出来,而早前二手车金融业务的空白,给企业带来巨大的创新机会。基于此,优车诚品率先在二手车市场试水O2O。北京商报记者了解到,优车诚品二手车以线上预约试驾、线下实体店看车、购车为主要经营模式,挑战传统二手车市场中购物无保障、信息不透明的现状。该家旗舰店自5月开业至今,销售车辆月增长率高达50%,月销售额超过3000万元。

北京商报记者 钱瑜/整理

奥迪携手北大光华发布高端车大数据

日前,在一汽-大众奥迪支持的第十六届北大光华“文化重塑与经济转型”新年论坛上,一汽-大众奥迪携手北大光华共同发布了由北大光华-奥迪管理研究中心主导完成的国内首个针对高端乘用车用户搜索行为的大数据研究报告,并与知名学者及行业领袖共商品牌建设与大数据分析的新思路。

本次发布的《高端车潜在用户

搜索行为研究报告》指出,高档车潜在用户在搜索行为中展现出对品质生活、卓越追求及高端品位的高度关注,同时,搜索频次、间隔时间、关键词长度、点击搜索结果数量等数据可以清晰地显示其品牌忠诚度的高低。该报告的发表,为高档车品牌潜在用户挖掘、品牌推广策略制定提供了极具启发性的研究依据。

据悉,自今年4月11日起,一汽-

大众奥迪与北大光华管理学院正式结为战略合作伙伴,建立国内首个针对高档车市场的学术研究机构——“北大光华-奥迪管理研究中心”。双方将顶尖商学院的理论体系与品牌实践经验相结合,探索校企合作新模式,并通过开展试驾拓展、主题沙龙等丰富的品牌体验活动,为光华师生打造近距离领略奥迪品牌魅力的平台。北京商报记者 蓝朝晖