

汽车

浣滣

鏄 賤 護 浜 庸 緬 2008/11/03 16:45

经过一段繁荣期后，自主品牌轿车逐渐感受到市场变化的巨大压力。2007年，我国汽车工业发展形势一片大好，但自主品牌轿车却出现了绝对销量增长，市场占有率明显下滑的情况。自今年年初开始，自主品牌轿车的销量也开始慢慢下滑。在国家积极鼓励自主品牌汽车发展的环境下，以中小排量车型为主的自主品牌轿车却遭遇到前所未有的危机，令人不免产生疑问：自主品牌轿车怎么了？

自主品牌轿车处境堪忧

自主品牌轿车处境的日渐惨淡早有征兆。从2007年起，自主品牌轿车市场占有率就出现下滑苗头。据中国汽车工业协会统计，2006年，我国自主品牌轿车销量达到98.28万辆，2007年达到124.22万辆。尽管一年内增长25万多辆，但市场占有率增幅却仅有0.33%。这在增长数量巨大的轿车市场几乎可以忽略不计，从侧面表明合资品牌车型市场占有率大幅增加。

因为自主品牌轿车的销售重点在小排量车领域，所以小排量车销量下滑速度加快，在很大程度上影响了自主品牌轿车的市场发展。据中国汽车工业协会统计，2007年，排量小于1.3L的车型共销售73.02万辆，占轿车销售总量的11.6%。与2006年相比，市场占有率下降3.7%。而排量小于1.0L的车型更是“重灾区”，销量仅为25.17万辆，同比大幅下降30.9%。今年前三季度，情况依旧没有改观，自主品牌小排量车的代表车型QQ、夏利等销量都明显下滑。

红旗盛世

在小排量车销量急速下滑的同时，本就不受关注的自主品牌高端车型继续着萎靡不振的态势。日前，定位于豪华车的红旗HQ3更名为“盛世”，各排量车型的价格都大幅下降。其中3.0L豪华型降价16.7万元，创造国产车有史以来的最高降幅记录。据了解，今年上半年，红旗HQ3只售出100多辆。很显然，此次降价是一汽为挽救红旗HQ3的命运所做的最后努力。

竞争力下降是主因

自主品牌轿车显露疲态，固然有市场不景气的影响，但产品竞争力下降是主要原因。

现在，在中级车以上的市场区间，自主品牌轿车无法对合资品牌构成威胁。以往占据市场优势的小排量车型，自2007年年底以来，遭到合资品牌众多“精品小型车”的冲击，市场占有率不断下降。

在合资品牌将越来越多的先进技术拿到中国来，并根据中国市场的需求进行改进的时候，自主品牌轿车的技术升级显然慢了，尽管质量水平有一定提高，但仍然无法赶超合资品牌。

自主品牌轿车相对于合资品牌车的比较优势也逐渐被削弱。一直以来，自主品牌轿车的优势在于低廉的价格，但原材料价格的不断上涨，制造成本的加大，使自主品牌轿车的价格优势不再明显。随着汽车消费者的消费心理逐渐成熟，以往只注重价格、不注重品牌的消费特点正在发生转变。这对于

自主品牌轿车企业来讲，显然是一个要求其改变自身发展方向的信号。

转型速度应加快

从重数量转向重品质、重品牌，自主品牌轿车走到了一个重要的十字路口。对于面临的转型考验，自主品牌轿车企业并不是没有感觉到，也正在竭尽全力改变现状。

相比于几年前在市场上的张扬，目前的自主品牌轿车企业显得沉稳了很多。无论是奇瑞、比亚迪，还是吉利、华晨，推出新车型的速度都有所减慢，随之而来的是比以前更成熟的车型。

看到危机的自主品牌企业，已经走过了以产品数量打天下的初级阶段，转而专注于将产品做好、做精，做强、做大品牌。奇瑞A3数次推迟上市时间，转而进行诸如“十万公里不间断公开测试”之类的营销活动，并不断以高标准对新车进行检测，力求打造一款竞争力十足的车型。用奇瑞董事长尹同耀的话说，就是要“沉下心来做品牌、做产品”。

在影响力、销量、比较优势全面缩小之时，面对合资品牌的步步紧逼，自主品牌轿车的转型速度还应加快，只有这样才能迎来新的“春天”。