

新产品或仍将无力支撑一汽轿车的销量增长,因为归根结底是一汽轿车需要在发展思路上进行彻底改变

# 销量全面下滑 一汽轿车颓势难扭?

本报记者 郑宇 北京报道

进入今年以来,一汽轿车股份有限公司(000800.SZ,以下简称一汽轿车)就一直处于业绩下滑的颓势中。

日前,一汽轿车公布了5月产销数据:一汽轿车整体销量为

1.99万辆,同比下滑9.74%;1~5月,一汽轿车累计销量为10.46万辆,同比下降9.51%。而且,这一颓势并不是受累于某一品类的销量不振,而是一汽轿车的全系产品均处于同比下滑的窘境。按照一汽轿车的规划,其2015年的销量目标为30万辆,目前仅完成

三分之一,一汽轿车要在年内完成近20万辆的销量,任务相当困难。

“一汽轿车目前销量下滑,主要是受了乘用车整体销售形势的影响。目前公司已经有所规划,四季度将会推出奔腾品牌的全新产品。”一汽轿车相关负责人在接受

《中国经营报》记者采访时表示。但以当前的情况来看,一汽轿车旗下的四个品牌(红旗、奔腾、欧朗、马自达)均已遇到发展瓶颈,仅寄望于新产品“单骑救主”,显然很难令一汽轿车扭转颓势。而从更长远的角度来看,一汽轿车的危机或许正在悄然而至。

量仅有2.82万辆,而在去年同期,这一数据则为3.21万辆。

“目前自主品牌SUV只有奔腾X80一款车,对销量的提振作用有限。但公司对于目前增速较快的SUV细分市场是有后续安排的,在整体产品战略规划中会考虑加强布局。”上述一汽轿车相关负责人表示,除了四季度将推出的新产品外,一汽轿车还将在SUV领域增加产品阵容。

不过现在的问题在于,完全偏重于奔腾品牌的新产品规划,能否扭转一汽轿车仍在蔓延的颓势?

来一直表现不佳,月均销量仅有三位数,一汽轿车自主品牌的销量主要由奔腾品牌支撑,而奔腾品牌也主要是依靠X80车型为销售主力。

有分析人士认为,正是因为对奔腾品牌以及奔腾X80的依赖,一汽轿车才会在今年“骤然”陷入颓势:进入2015年以来,乘用车整体增速放缓,SUV市场也成为多数品牌尤其是自主品牌的“避风港”,竞争不断加剧,奔腾X80在这样的背景下难以维持去年的增幅,导致了一汽轿车当前的困境。有数据显示,奔腾X80在前5个月的累计销

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

量仅

一汽轿车 2015 年前 5 个月销量分类

车类	1-5月份	1-5月份累计增长
轿车	74851	-7.7%
SUV	28936	-10.2%
MPV	836	-63.9%
共计	104623	-9.5%

单位:辆



数据来源:车企发布

## 危机信号

盈利能力不足和发展思路守旧,成为一汽轿车未来发展的最大障碍。

由于此前数年,国内乘用车市场整体增速较快,一汽马自达和奔腾的产品也交替地承担了销量主力的重任,一汽轿车的发展虽不突出,却也相对平衡。但进入今年以来,却罕见地出现了销量全面下滑的情况。

在张欣看来,无论是近期一汽集团的高层动荡,还是乘用车销量逐渐放缓的外部形势,以及一汽轿车持续多年的发展思路,都导致当前的情况不可避免。而此番销量的全面下滑,也已经释放出了明显的危机信号——如果一汽轿车始终没有新的策略“救市”的话,不仅今年的销量目标将成为一个难以逾越的鸿沟,在未来的市场竞争中,一汽轿车旗下各品牌也将与其他品牌“渐行渐远”。

但按照一汽轿车的规划,未来一段时间内的发展侧重点仍在于奔腾品牌。一汽轿车总经理安铁成此前表示:“一汽轿车将以奔腾X80为基础,开始打造多车型组合的奔腾‘大未来’。未来奔腾品牌将逐渐实现模块化生产,新产品的推出速

度和成熟性都将明显提升。今后5年,奔腾品牌将保证每年至少推出一款全新车型,所有现有车型都会推出年度款,并每三年进行一次改款,每六年进行一次换代。”

显然,将于四季度推出的新产品以及“后续安排”中的SUV车型正是这一规划的产物。至于其他品牌,一汽轿车目前尚无相关规划对外宣布。但据知情人士透露,即使未来奔腾品牌的新产品能够弥补X80的不足,支撑起一汽轿车的销量增长,一汽轿车仍将面临此前留下的发展隐忧:自主品牌的盈利能力不及合资品牌。2014年,由于销售结构的变化,导致一汽轿车利润总额同比减少93.15%,净利润同比减少83.99%。

“总体而言,一汽轿车的思路基本上仍旧停留在‘计划经济’阶段,在市场化程度越来越高的汽车市场已经难以取胜。如果一汽轿车管理层的整体思路仍旧保持不变,它的发展前景堪忧。”有行业分析人士认为。

# 从证明题到选择题 7座SUV的理性思考

近年来,SUV在中国车市可谓全民“热恋”对象,继主流、小型SUV之后,今年市场的热点转移到了中大型SUV市场。粗略的估计,今年的SUV市场有20余款新车上市,中大型SUV占有较大比重。当中既包括汉兰达、锐界等现阶段主力车型,更有一亮相便备受瞩目的新楼兰等全新力作问世。

其中,7座中大型SUV在市场上的呼声可谓是一浪高过一浪。众厂商一方面热情高涨,频频推陈出新,集体向7座SUV发力;另一方面也给予7座极大地宣传力,将其夸赞为中大型SUV的“全能”产品。一时间,似乎7座SUV与中大型SUV画上了等号,成为了一道理所应当完成的证明题。

## 看上去很美

### 7座中大型SUV仍待考验

在中国乘用车市场的版图上,SUV早已是“神”一般的存在。2014年,SUV销量以同比36.44%的增长率累计达到407.79万辆,增长速度高于乘用车平均水平近四倍。今年4月,SUV总销量更是达到46.16万辆,同比增长48.49%。

相较SUV如虹的增长势头,近一段时间声势浩大的7座中大型SUV,在销量表现上似乎并没有“看上去”那么美。以全新胜达为例,2014年全年销量为7.14万辆,其中7座版销量尚不足1万辆。目前7座中大型SUV仅有在3月进行“7座大换血”的汉兰达表现较为抢眼,但从车型数量和销量上看,7座中大型SUV仍然是小众市场。

销量表现与宣传热度的相悖,在很大程度上反映了“选择7座”这个问题本身的真伪有待商榷。从消费者实用感受来看,7座SUV在空间、舒适度、便捷性和安



全性四方面,都存在着诸多值得商榷的地方。

首先,7座SUV备受推崇的大空间,实用性其实还有待考量。第三排座椅的空间较为狭小,成人很难获得宽适的体验。退一步讲,即使7人轻松入座,后排座椅的出现也会令行李箱空间大打折扣,难以容纳下较长旅行中7人所需的行李。

舒适性方面,由于空调分区

的限制,第三排的乘客很难获得适宜的温度,冬天往往会出前排“热得流汗”,后排“冷得发抖”的情况。另外,受限于后排空间、车门和尾部设计,第三排座椅不仅令乘客上下车极为不便,也使座椅在安全性上难以和前排相媲美,令人感觉形同虚设。

既然如此,为何7座中大型SUV近年来令众多车企“竞折腰”呢?究其根本,一方面是厂家利用

7座作为噱头,吸引喜爱大空间的消费者。另一方面,由于消费者对MPV车型接受度不高,7座中大型SUV被当成了“折中之选”。实际上,对于很多消费者而言,7座的确有些鸡肋,屈指可数的使用次数和7座版更高的售价让不少人感到纠结。因此,理性看待这道证明题的真伪,相信会让众多车企和消费者对7座中大型SUV这片蓝海重新思考。

## 时尚PK中庸

### 中大型SUV谁为蓝筹

随着80后、90后人群的崛起,汽车市场的消费理念也随之日趋个性与多样化。对于新时代消费者而言,纯粹的大空间不再是买车的必须,座驾能否表达自我,体现自身价值等一系列综合因素才是消费的关键。

在中大型SUV市场上,7座SUV的兴起,从某种程度上来说代表了70后一代不得不顾及事业与家庭,折中自我的中庸消费观念:造型方正沉稳、内饰舒适居家、高大的车身,往往是让他们看重的要素。与之相比,逐渐成为社会中坚的年轻一代消费者更愿意展现自我品位与性格。相对丰富的物质条件和轻松的生活环境,令他们有机会遵从内心、向传统说不,因此也为时尚、豪华派的5座中大型SUV崛起奠定了基础。

与7座车型相比,5座中大型SUV的实用空间和舒适性有过之而无不及,减少第三排座椅的同

时,也相应增加了前后排的腿部空间,极大增强了乘驾的舒适感,后备箱空间也更大。同时相比同价位的7座车型,在配置上往往更加丰富。如此看来,5座才是SUV界值得长期持有的“蓝筹股”。

在今年即将上市的5座中大型SUV中,有不少车型都十分值得期待。其中,新楼兰可以称得上是一款时尚、豪华派的代表车型。外观设计上,新楼兰与传统的7座中大型SUV截然不同,没有为第三排而妥协的尾部造型,取而代之的是极具未来感的悬浮式车顶和流畅、动感的车身线条。

在内部空间上,新楼兰同样进行了大胆颠覆,典雅、精致、舒适是新楼兰在内饰上给人的第一感觉,而传统的7座SUV则更偏向中庸与沉稳。同时,由于没有了第三排座椅的约束,新楼兰为车内每个乘员都提供了充足的腿部空间,并加入了BOSE音响、零重力座椅等豪华配置。可以说相对于传统7座SUV来说,新楼兰是一款更懂得生活、更懂得享受的车型。

与汉兰达、锐界等同级车型相比,新楼兰的设计思路和产品风格可谓截然不同。相信更加时尚、更具豪华感的新楼兰,在上市后可以吸引不少年轻消费者的目光,也为陷入“7座迷局”中大型SUV提供新的发展思路。

对于中大型SUV而言,7座车型的将来我们仍旧需要画个问号。当然,这里并非否定7座SUV存在的必要性。对于需要多人出行的大家庭,或是热衷携带宠物的消费者,7座的确是一个不错的选择。但相信随着消费需求的不断变迁、新生代群体的崛起,7座SUV将不再是中大型SUV必须完成的证明题,而会成为依据自身需求而做的一道选择题。