

丰田中国到中国丰田的蜕变

蔡梦葵 成都报道

历经三个月的持续震荡，日系车总体销量的狂跌终于在 11 月放缓，并迎来一线曙光。据 2012 年 11 月中国乘用车销售数据显示，丰田、本田、日产几大日系乘用车的销量在 11 月均出现环比增长，同比销量均达 2011 年的 80%。其中本田尤为突出，环比销量劲增 70.9%，远超国内广义乘用车总销量环比 13.7 的增幅。另外，东风日产在 11 月售出 59438 万辆乘用车，排名狭义乘用车生产商 11 月销售量的第五位。数据显示，日系车似乎已逐渐摆脱中日关系恶化所引发的持续阴霾。但日系车能否在未来的激烈竞争中得以成功突围？答案是否并非那么简单。

日系车“震荡”显现已久

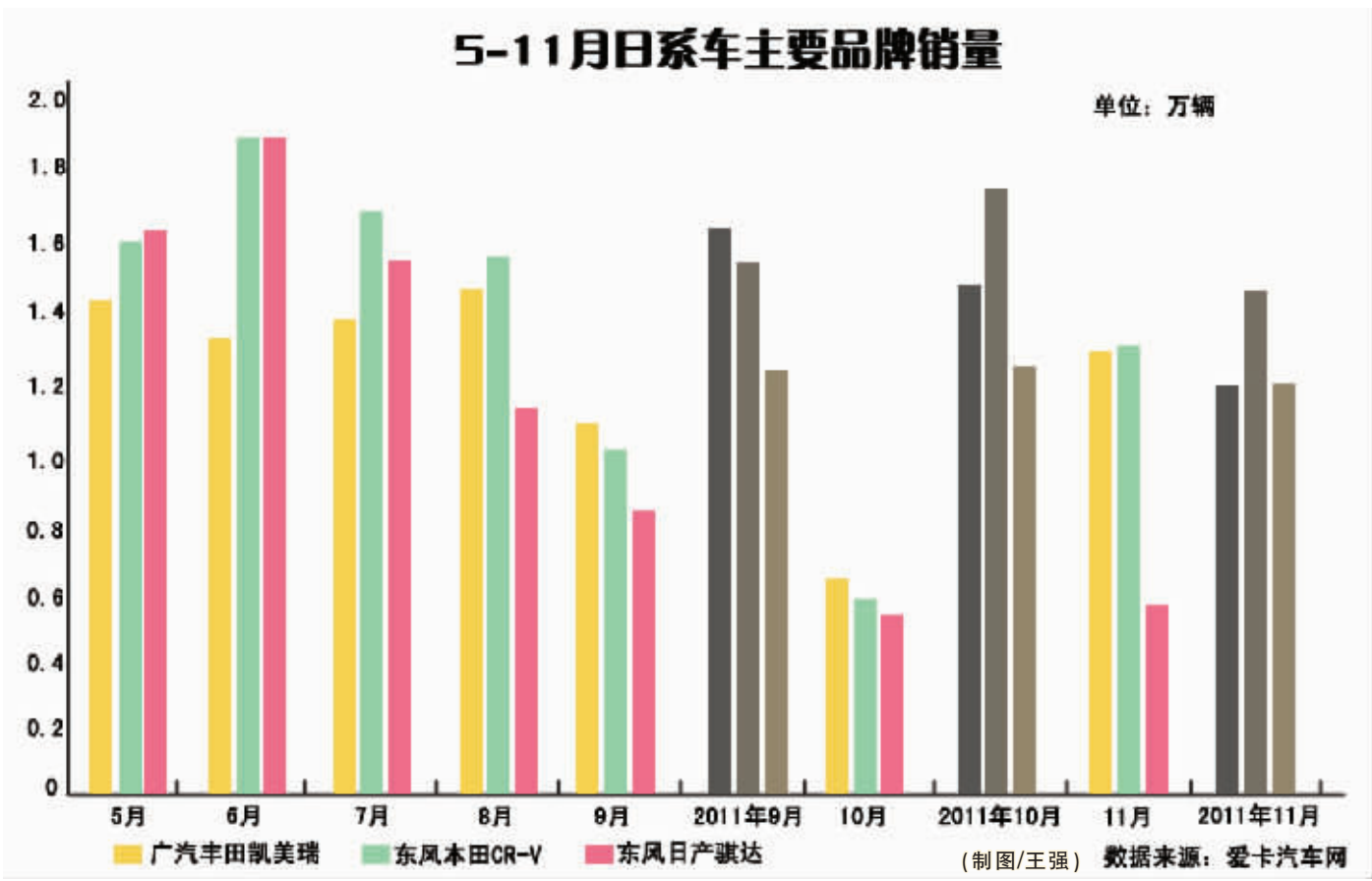
据媒体爆料，全球销量第三的车企丰田汽车 11 月在华销量为 6.38 万辆，包含一汽丰田、广汽丰田以及进口丰田总销量。然而，这个数字仅占其老对手——在华同样拥有两家合资厂的德国大众的 40%（上海大众与一汽大众 11 月在华销量共 248845 辆）。另外，一些仅一家合资厂的欧美韩车企，11 月在华销量同样能达到丰田的数量级，比如北京现代的 86182 辆，以及长安福特马自达的 54009 辆。同样拥有两家合资厂的丰田汽车则更不容乐观：本田汽车 11 月在中国市场共销售 41205 辆汽车，尽管环比增长 70.9%，但两家合资厂的总销量尚不如 11 月销量排名第十的神龙汽车。另外，11 月最畅销车型福克斯仅一款车销量即达 3.84 万辆，占本田汽车在华总销量的 93%。在所谓的回暖后，日系车企中仅东风日产的销量能与欧美车企匹敌。

事实上，在中日关系恶化之前，日系车在中国的销售便已初现危机。记者查询了中国汽车工业协会发布了 2011 全年汽车行业产销数据，2011 年销量排名前十位的轿车生产企业依次为：上海通用、上海大众、一汽大众、东风日产、北京现代、奇瑞、吉利、长安福特、神龙和一汽丰田。其中东风日产仅东风日产排名靠前，一汽丰田尽管也进入前十，但仅排名第十位，与丰田汽车在全球的位置相差甚远。

通过查看 2011 年各级别车型年度销量更可见出，日系车仅在中级车与 SUV 两类车型有多款车的销量进入前十，但排位较高。但微型车、小型车、紧凑型轿车等车型中则鲜有突出表现，均仅一到两款车销量进入前十，且排位大都在第 5-10 名。特别值得关注的是 2011 年全球最畅销车型，在全球范围内劲销 102 万辆的丰田卡罗拉，在拥有 13 亿人口的中国全年仅售出 17.04 万辆，排名紧凑型轿车 2011 年年度销量第七位，同比下跌 0.92%。

2011 年日系车经历了“刹车门”、“断轴门”等安全危机，导致其整体销量有所下跌，但日系车 2011 年在全球的表现仍可圈可点。在消费实力最强的美国，2011 年年度畅销车型日系车就占四席，其中丰田凯美瑞排名第三。在澳大利亚 2011 年年度畅销车型中排名第一的就是马自达 3，前 10 强中更有 6 席是日本车。

除此之外，日系车在日本本土以及东南亚均有很好的表现，仅在日本本土众多的欧洲、韩国与俄罗斯销量较差。多年来丰田汽车一直是全球汽车行业的产销量霸主，2011 年因安全危机以及日本地震等不



利因素导致其销量下降，但仍排在通用和大众之后的第三位。但在中国 2011 年轿车生产企业销量排名里，如前述一汽丰田仅排名第十，其中排名前三位的分别销售 121.79 万辆、118.56 万辆、116.58 万辆，一汽丰田仅销售 52.90 万辆。通过调查记者也发现，一直以来，中国的确没有美国、东南亚以及大洋洲那样满街尽是日本车的盛况。相反，大众、通用、福特等欧美汽车品牌在中国的大街上所占的比例明显居多。

据称，日系车销量在 11 月回暖，除挤压已久的需求释放外，各日系厂家推出了各种消费者补偿措施以及营销策略以打消购买者顾虑，客观上对恢复也有正面影响。但是，这种影响能够持续多长时间，业界普遍并未给出肯定的答复。

销量低迷 偶然还是必然

就此问题，记者采访了曾长期为进口汽车 4S 点从事技术顾问服务的前白先生。白先生对日系车在中国的市场前景并不十分看好。白先生认为，日系车在中国市场无法取得等同于美国、东南亚以及大洋洲等区域的成绩，主要原因是日系车在中国生产时执行了不同的质量标准，同时减配严重。

白先生介绍道：“以丰田汽车为例，其研发的 VSC 车身稳定控制系统，可对因猛打方向盘或者路面湿滑而引起的侧滑现象进行控制，类似于欧美车的 ESP 系统。但丰田以及其他日系车 20 万以上车型才配备，10 万-20 万的车型如卡罗拉、思域仅顶配会配置。而德系车如大众的高尔夫、速腾均是全系配备。而在欧洲市场，由于相关法律规定不带车身稳定系统的车辆不允许上市销售，因此当地销售的日系车所有车型均有配置此系统。

“日系车的减配最为人知则是后防撞钢梁的变薄或取消。涉及车型近乎覆盖本田和日产所有国产小型车与紧凑型车型，

甚至部分 SUV。除此之外，国产日系车在轮胎、底盘上也均有不同程度的减配。

早些年日系车在中国卖得很好，但后来却因此不断加价。再则德系车本身更为皮实，又在动力系统等诸多方面又带来了技术的革新，这使得竞争加剧，日系车优势不再。

“只是，这次受影响的车型大多集中在 20 万以下的车型，日系车中真正的顶级车型诸如兰德酷路泽、普拉多、帕杰罗等影响并不大。而这类所谓 20 万以下的车型，正是减配最严重的。当然，其实大部分合资车型在华生产均有减配，而日系车的减配更多集中在安全性上，这才使得日系车从 2011 年起就广受消费者质疑，销量也随之受影响，加之今年中日关系恶化，更让日系车企雪上加霜。但是，在北美、澳洲市场，日系车便没有出现这样的问题。”白先生如此解读道。

不过，也有人对此发出不同的声音，现任亚太政经调研中心理事长，毕业于早稻田大学的蔡成平先生认为：“部分凭借所谓某些消费者反映而得出的问题，本身可能并不一定是事实。如果要寻找各国车企的问题的话，其实欧美车企在中国市场的问题也很多。有的甚至比日系车企更为严重。从整体性能而言，日本车在全球还算上乘。而日本车在华表现不如在其他地区良好，其实还是与中日关系反映到民间的购买行为有关，再者就是中国作为全球最大的新兴汽车市场，其竞争激烈程度显然要高于其他经济体。”

蔡先生介绍道：“从全球范围来看，日系车企的竞争力其实还是很强的。诚然日系车企肯定在中国存在各种各样的问题，正如没有不存在问题的车企一样。但如果对详细的数据加以统计比较的话，恐怕能得出相较于欧美车企，日系车企在华表现总体上还是不错的——当然，不能单看 8 月份至今这几个月的表现，这几个月属于异常情况。另外，在华销量与日系车企本身

的期待还有距离，他们对中国市场的野心与期待的市场占有率都要大于目前。”

曾供职于本田中国的韩先生也表达了类似的观点：“丰田、本田等日系车比之欧美车型仍有其不可替代的优势。即便在国内生产的凯美瑞、雅阁等车型，其相同排量的自然进气发动机功率普遍大于欧美车型，十分省油。丰田汽车在 2011 年研发的发动机不输于涡轮增压，并且延续了日系车动力系统安静平顺的优点。丰田和本田的油电混合技术也已十分成熟，动力和节油效果俱佳。而且，日系高端 SUV 如普拉多均可加 93 号油，同级别的欧系 SUV 则必须加 97 号油以上，这也使得真正需要购置越野车区域的人们更为偏爱日系 SUV，毕竟道路状况落后的地区如青藏高原并不易加 97 号油。另外，日系车的外形和内饰设计也普遍强于欧美车型。日系车的空间普遍较大，空间利用率舒适。相同级别的车型，日系车内饰材料的舒适感和紧凑程度均高于欧美车。总体而言，同级别车型，日系车往往经济性实用性更强。

“日系车企追求精益求精，如果在开发过程中发现有质量问题，对质量问题的重视程度以及处理速度普遍比欧美车企要高。这体现在其产品皮实耐用性能上，只要正常驾驶、正常保养，其可靠性普遍大于欧美车。日系车企的完美主义态度还体现在其服务上。在中国，第一家推出 4S 店服务的车企就是本田。他们对于前端销售与售后服务的重视程度也相当之高，让消费者有贴心的感受。”

“日系车企对研发的重视程度也可见一斑，只是某些研发方向不太一样而已。欧盟在 12 月 6 日发布的 2011 年世界主要企业研发业绩调查就显示，丰田汽车在研发的投资额判定全球榜首。”韩先生介绍道，“只是日系车在中国遭受的质疑相对较多而已。其实日系车的经济型和舒适性跟中国人的消费习惯十分吻合。”韩先生认为，日系车进来的持续低迷有一定的偶然性，而日系车在中国市场的潜力实际仍然巨大。

日系车积极突围 路在何方

记者调查发现，蔡先生与韩先生的说法确实有一定道理，日系车销量的低迷，与舆论导向有一定关系。日系车企在中国的问题确实存在，而由于我国法律的不健全，一些问题其他车企同样有。如前述车身稳定系统，事实上仅有德国大众的紧凑型轿车全系列配备，除日系车以外，韩国现代与美国福特的紧凑型轿车低配也未配置，且我国法规也并未强制规定轿车配备此系统。其他类似减配问题，在德系车型身上也屡有发生，有些改款车型甚至不如几年前的老款配置丰富。但媒体在揭露此问题时，更多的把日系车放在了首要位置。

而日系车企近几个月也在积极寻求方式进行危机公关。在 11 月，广汽本田、东风本田、东风日产均实行不同程度的降价促销。广汽丰田更是推出消费者购买新车可获赠 1 年全险；老车主介绍亲友到 4S 店，若推介成功购车还能获赠“油卡、汽车美容券、保养服务券”。在服务商，广汽丰田承诺售后“预约零等待”、“最快 30 分钟高效保养服务”、“24 小时救援”、“100%纯正零部件准时化供应”等，消费者进店保养可享受一对一专人服务。众车企力求将日系品牌汽车的全流程优质服务发挥到极致。

“日系车在国外有一个巨大优势就是价格相对便宜。在美国一辆 2.5L 的丰田凯美瑞仅售两万多美元，而在中国则在 20 万元人民币以上，足购买辆帕萨特。”韩先生介绍道，“日系车在中国尚未将这一优势发挥出来。”记者调查发现，雅阁 2.4L 在国内的价格最便宜近 19 万，也比美国的 2.5 万美元略贵。

“这也说明日系车仍有一定降价空间。这也使得他们在未来的竞争中有充分的砝码。”韩先生认为。

此外，日系车也在积极通过扩大战线而扩大市场份额。11 月，丰田中国本部部长表示：丰田计划在今后 3 年向中国市场投放 20 款新车型。2013 年下半年一汽丰田计划导入一款三厢轿车，广汽丰田计划导入一款两厢轿车。此外，从明年起两家合资公司将依次建立合资自主品牌。

部分日系品牌在华的车型确实不多，例如本田汽车在中国通过两家合资厂生产的车型仅有 12 款，铃木汽车在中国建立生产线近 30 年，更是仅 7 款车。而通用汽车在中国通过一家合资厂生产的车型即有 18 款。而车型较多的日系车企日产公司在中国的销售业绩就优于本田：日产公司在中国产 22 款车，2011 年在中国共售出 800 万辆车，本田公司共售出 309.5 万辆车。

日系车若加快新车引进的步伐，也能扩大市场占有率。这一点也被许多日系车企的管理层多看见。铃木(中国)投资有限公司董事长在 11 月份的广州车展同样表示，“今后铃木每年将引进一款新车型至中国。”记者了解发现，铃木的热门 SUV 超级维特拉等也在引进计划中。其实，日系车要在中国扭转乾坤，积极突围，除了巩固自身已有的优势外，加快发展速度、重视中国消费市场是一大重点。只有让更多、更好、性价比更高的车型出现在市场上，才能让消费者充分认识日系车型的种种优势。否则，“扩大中国市场”的口号永远只会停留于“危机公关”。

XINE

中国驰名商标

兴乐集团董事长兼总裁、党委书记虞文品携全体职工祝贺

《企业家日报》精彩问世！

地址：浙江省乐清市柳市镇昌盛路17号
电话：(86)577-62772121
传真：(86)577-62776677
Http: www.xine.cc