

重压下蜕变 2012 进步中的自主品牌

传说中的末日没来,2012 年已经离我们远去,站在新年的开端,回望 2012: 微增长依然是中国车市的主旋律,日系在下半年摔了大跟头,韩系大有后来追上之势,而法系在欧洲本土吃亏后似乎幡然醒悟,开始押宝中国市场。最后说说咱们的自主品牌,在合资品牌的大举下压中,自主品牌在 2012 的很长一段时间内依然延续了上一年的颓势,但苦尽甘来的销量大反弹在年底出现,壮士断臂式的变革效果开始显现。销量的提升仅仅是结果,不仅如此,过去的一年中,自主品牌在各方面都取得了不小的进步。



技术上的进步

动力总成一直是自主品牌的短板,从模仿起步,甚至多数自主品牌在很长一段时期内都匹配了三菱提供的动力总成,不少技术实力较弱的自主车企直到现在依然完全依赖外购动力总成。而油价的不断走高与环保标准的提升让小排量增压成为时下发动机发展的趋势,即便是德系豪华品牌三驾马车也先后加入了涡轮增压的阵营。

【目前部分自主品牌依然依赖三菱的动力总成】

自主品牌推出涡轮增压动力的不少,但是首推带涡轮增压与直喷技术的则是比亚迪。2011 年 9 月,首款搭载比亚迪 1.5TI 发动机的车型 G6 上市,而 2012 年的 3 月份,比亚迪 G6 正式推出匹配双离合变速箱的版本。涡轮增压直喷+双离合变速箱此前一直是大众引以为傲的技术,而名不见经传的比亚迪一举宣布同时掌握了这两项“先进”技术,这着实让业界刮目相看。

【比亚迪涡轮增压直喷动力得到市场认可】

尽管面临外界的质疑,但比亚迪自主开发并且量产涡轮增压动力与双离合变速箱却是不争的事实。实际上,比亚迪在 2005 年,也就是其刚刚踏入汽车行业时也就开始准备开发这两项技术,采用了逆向开发的方式,在开发中借鉴了大众和福特、奔驰等旗下成熟的产品。借鉴并非抄袭,并且借鉴也并非想象的那么简单,要知道设计可以借鉴、原理可以借鉴,但是核心的控制软件以及精密的加工技术却是无法借鉴的,需要通过大量的实验和基础研究才能获得。而比亚迪能在 6 年前做出准确的预判,并且坚持下来,这才是其可贵之处。

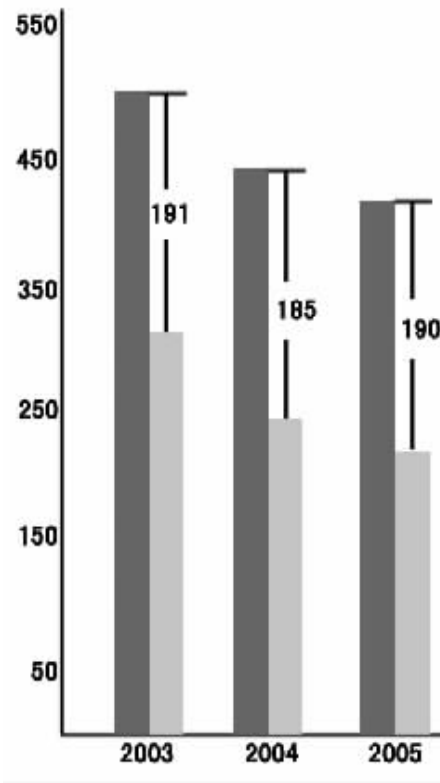
【比亚迪推出自主品牌首款双离合变速箱】

随着比亚迪 G6 和速锐等车型的推出,未来比亚迪将有更多车型搭载这一动力总成,将确立比亚迪在自主品牌中的技术领先优势。

比亚迪不仅前瞻性地开发了热门的传统动力总成,并且在其优势新能源项目上也不断突进。以 IT 起家的比亚迪在电池上有着天然的优势,而这优势也延伸至电动车领域,除了已经量产上市的比亚迪 F3DM 和比亚迪 E6 以外,比亚迪在去年的北京车展上推出了全新 DM II 代双模电动车“秦”,这套技术的特点就是把比亚迪自主研发的“TID”技术与全新研发的电机相结合。据官方介绍,F3DM 用“16 度电才能跑 60 公里,秦 10 度电即可达到 50 公里”,同时电池重量较 F3DM 减轻一半。秦的 0-100km/h 的加速时间为 6.9 秒,百公里综合使用成本 16 元,仅相当于 2 升油的价。

单从数据上看,这套双模动力总成的动力表现已经远胜于普锐斯插电式混合动力,并且“秦”也并非停留在概念上,其量产版车型有望在今年上半年推出,考虑到目前北京上海广州等地区推出更多针对新能源的鼓励政策,未来新能源车型的

IQS趋势：自主品牌对比国际品牌



路会越来越走好。

在 2012 年,比亚迪是自主品牌发动机技术提升的一个缩影,大多数品牌都在动力上有所建树,像可变气门正时这样的技术几乎成为标配,小排量增压发动机也并不鲜见,与合资品牌在动力上的距离在快速拉近。



安全性能上的进步

在 2011 年年底,有这样一则新闻,吉利帝豪 EC7 在世界权威的安全测试机构 E-NCAP 上获得了四星的安全评价,这几乎是国内自主品牌在 E-NCAP 上获得的最好成绩,更被 E-NCAP 秘书长称为中国汽车行业的又一里程碑。安全性一直被认为是自主品牌的短板,而 EC7 的这一碰开始扭转国人对自主品牌安全的固有观念。

【帝豪 EC7 在 E-NCAP 上取得自主品牌的最好成绩】

而吉利在安全上性能的并非只有这一个闪光点,2012 年,最新推出的全球鹰 GX7 获得了国内 C-NCAP 超五星安全评价,这也是自主品牌在 C-NCAP 中获得的最好成绩,同样获得五星安全评价的还有帝豪旗下的 EC8。

【国内 C-NCAP 上获得超五星评价的全球鹰 GX7】

吉利在安全上进步是自主品牌安全性能整体提升的一个缩影,与合资品牌在安全性能上的差距在不断缩小。而其他自主品牌在安全性能上的提升也同样迅速,目前大部分的自主品牌中高端车型在 C-NCAP 中的碰撞评级都在四星以上,而五星甚至是超五星车型也占到了很大的比例。

【自主品牌不少车型已经达到 C-NCAP 五星标准】

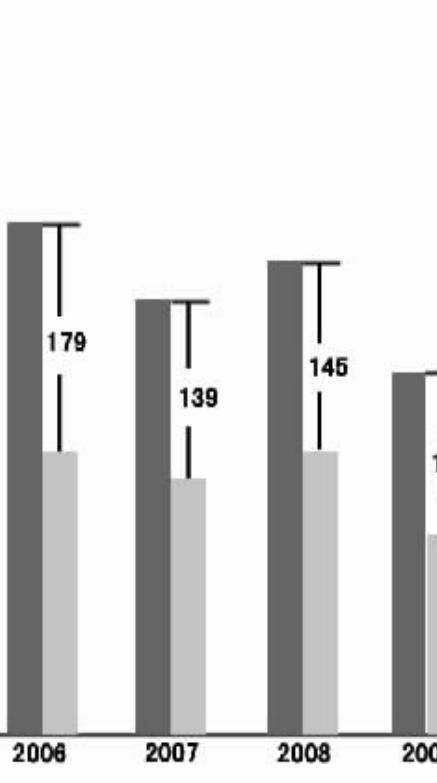
随着生活水平的提升,安全性能在国内消费者购车时被放到更加重要的位置,自主品牌安全性能的提升将带来实际的订单,同时对品牌认可度的提升作用也是明显的。



设计上的进步

自主品牌早期的设计,模仿甚至说“山寨”是主要的方式,这很大程度上影响了自主品牌在消费者心中的形象,但对于早期的自主车企来说,模仿是一种保险的方式,完全自主设计的能力并不具备。在

IQS趋势：自主品牌对比国际品牌



十年来的发展后,自主品牌在设计上已经逐步找到感觉,虽然一些设计细节上还能看到模仿的影子,但加入了更多自主的元素,最终呈现的效果算不上惊艳,但也一定不会再与“山寨”联系在一起。

【自主品牌车型设计水平提升明显,模仿越来越少】

在自主品牌的热销车型中,依靠好“模样”走红的车型不在少数,比如帝豪 EC7、长城哈弗 H6、长城 C30,以及长安逸动等等,这些车型外观上已经几乎看不到模仿的影子,就是这些“自主设计含量”很高的车型取得了成功,对自主品牌的设计师来说,是一种莫大的鼓舞。

另外,从前瞻性的概念车上也能看到自主品牌设计上的进步,比如去年北京车展上亮相的比亚迪“秦”以及奇瑞的 TX 概念车,都体现出较高的水平,自主品牌在设计上也更有信心。



品质上的进步

随着国内消费者对品质要求的不断提高,以往自主品牌依靠低价低质抢占市场的路线已经走到尽头了。2012 年第一次购买新车的客户,比上年同类客户购车的平均价格增加大约 5%。而更新车的用户,比上次买车的平均价格增加约 19%,这也意味着过去低质低价,拼价格战的战略已经过时。自主品牌近一两年市场占有率的不断下滑就是最好的佐证。

而在去年年底,自主品牌市场占有率出现了上升的迹象,并且在 11 月份创下了 20 年月度最高纪录。狭义乘用车批发销量的市场占有率达 35.1%,而广义乘用车市场占有率也升高到 42.6%。

【自主品牌品质上与合资品牌的差距在缩小】

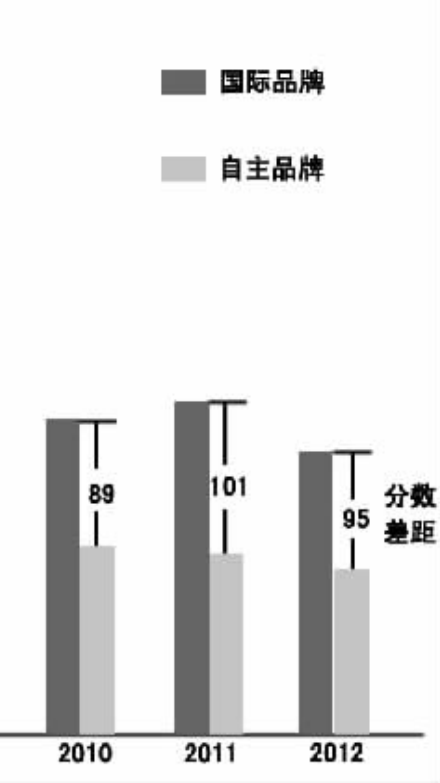
自主品牌市场占有率的回升一定程度上与日系车销量下滑有关,但另一方面也得益于自主品牌品质的迅速提升。

从 J.D.Power 发布的 2012 年中国新车质量调查报告 (IQS) 来看:国内汽车企业在造车能力方面取得显著进步,新车质量整体水平继续提高,行业平均问题数量减少了 10%,创历届新车质量调查报告的最佳成绩。其中自主品牌新车质量在今年提升加快,问题数量减少了 20 个点,进一步缩小了和国际汽车品牌之间的差距。在发布的品牌中,以往以低价低质形象抢占市场的比亚迪品质进步明显,新车质量问题较 2011 年降低了 60PP100。

【自主品牌将更多的精力放到品质的提升上】

品质的提升源于自主品牌近年来的一系列战略调整,奇瑞不再提“多生孩子好打架”的规模理论,并且放弃多品牌战略,转而更加注重产品品质。吉利变品牌分管制为大区制,进一步贴近前端市场;而比亚迪则大胆地提出严格的 IQS10 质量标准,力争出厂车辆达到“2 年内平均

故障小于 1 个”的品质。



故障小于 1 个”的品质。

对市场更好的把握和更快的市场反应

作为本土品牌,更贴近市场是自主品牌优势之一,拥有比合资厂商更加灵活的产品策略,能对市场需求的变化做出迅速的反应。在时下持续“高烧”的 SUV 热中,自主品牌迅速涌现了比亚迪 S6、哈弗 H6 和全球鹰 GX7 等车型,而像江淮瑞风 S5 与陆风 X5 等新 SUV 车型也在去年车展发布,并且在不到一年的时间内迅速投放市场。

【SUV 热中,自主品牌迅速推出了多款 SUV 车型】

而在自主品牌中,比亚迪则是对市场需求非常敏感和迅速的一家,除了前瞻性地推出国人偏爱的涡轮增压动力+双离合变速箱以外,比亚迪在设计上也尽量采用大众化的元素,迎合多数人的审美需求。此外,针对国人非常看重的配置上,比亚迪出手也很大方,在电子配置上与同级自主品牌相比都具有压倒性优势,并且凭借遥控驾驶这样“博眼球”的配置吸引了消费者的注意!

【比亚迪“i”系统,对消费需求的把握更加准确】

再比如时下热门的车载智能通信系统,在丰田 G-book 和通用安吉星进入国内预热后,多数自主品牌迅速做出反应,上汽推出了 inkanet,吉利的 G-Netlink,长安推出了“IN CALL”,而比亚迪的“i”系统也蓄势待发。并且相比合资品牌的高门槛,自主品牌的产品使用门槛要低了很多。



资源整合能力的加强

在自主品牌中,国有车企占有的资源较多,合资多年让这些企业积累了雄厚的资金,并且更方便得到合作伙伴的成熟技术,中高端车型荣威 950 和奔腾 B90 的推出意味着国有车企在合资中主导权的提升。而雄厚的资金实力,使国有自主车企更容易通过与零部件厂商合作开发或者在海外设计研发机构,用资金换取技术。

【国有自主车企拥有更加雄厚的资金,可以通过收购或者购买的方式获得技术】

比如,北汽高价收购萨博的技术资产,打造一系列基于萨博平台的自主车型,广汽在阿尔法罗密欧平台上打造传祺。长安在欧洲与日本设计研发技术,利用海外人才开发自主车型,而效果在长安逸动上已经显现。另外上汽荣威与 MG 的多款车型也在英国开发。一汽采用外包

方式,委托麦格纳斯太尔开发全新高端豪华轿车红旗 H7。

【不少国有自主车企建有海外研发基地】

雄厚的资本实力让国有自主车企已经不甘于从最基础的研发做起,而是一开始就通过收购或者委托开发站在了高起点上,其整合全球资源的能力进一步加强。

而民营自主车企的资源整合能力也在不断提升,吉利收购沃尔沃后,正在利用沃尔沃在安全技术上的优势提升国产车型的安全性能。此外,吉利在去年还与沃尔沃签订技术合作协议,沃尔沃将向吉利转让技术以帮助吉利打造高端车型;另外之前提到,吉利收购的 DSI 公司将帮助吉利打破自动变速箱瓶颈。比亚迪在技术开发上也充分利用国际资源,比如收购日本荻原模具厂,与奔驰合作开发腾势电动车等等。

【奇瑞与以色列集团合资推出观致汽车】

虽不算民营企业,几经坎坷的奇瑞也意识到了此前所犯下的错误,开始精简产品线,并且积极寻求外部合作,与捷豹路虎成立合资企业,并且与以色列集团合资成立观致汽车等等,对奇瑞技术和品牌形象的提升都是一种推动。

积极拓展海外市场

海外市场是自主品牌的一个意外收获,2012 年,自主品牌汽车出口总量已经突破 100 万辆。中汽协数据显示,2012 年 1-11 月份,自主品牌汽车出口已达 96.47 万辆,比上年同期增长 27.2%,而同期国内汽车销量增长仅 4%。多家自主车企在 2012 年的出口业绩令人瞩目,其中,吉利汽车出口 10.03 万辆,同比增长 164%;长城汽车累计出口 8.94 万辆,同比上升 17.5%。

【吉利在俄罗斯上市】

海外市场销量大幅增长吸引了更多自主车企加入,并且调高了 2013 年的销售目标,吉利将 2013 年海外出口目标设定为 15 万辆,计划实现 50% 的增长;长城 2013 年出口销量目标为 16 万辆,增长幅度为 50% 以上;力帆计划出口 12 万辆,增长幅度 60%。

【自主品牌在过去一年中出口大幅增长】

而自主品牌除了拓宽出口的渠道外,本地化生产逐步成为主要模式,吉利除了埃及、伊朗、白俄罗斯三大重点 CKD 项目外,还将在巴西建立一座整车厂。长城汽车海外 CKD(散件组装)工厂已有近 20 家,计划 2015 年海外产能将达到 50 万辆。而比亚迪则希望将新能源车型推向海外,2013 年,比亚迪将在加州建立新能源汽车大巴工厂,并且将在位于欧洲的保加利亚建立电动大巴合资公司。而目前比亚迪的电动大巴已经在欧洲和南美成功进行了试运营。

进入海外市场将帮助自主品牌开启国际化的大门,在国内市场增长乏力的情况下,海外市场的大幅增长让自主品牌获得更大的发展空间,为转型赢得更多的时间,同时进入门槛更高的成熟市场也倒逼自主品牌改善产品品质。

编后语

虽然进步显著,但目前自主品牌依然存在品牌过多,实力良莠不齐,并且各自为战的不足,好在这种情况已经有所扭转,奇瑞和广汽的合作就是一个好的开始,也希望在未来自主车企之间的整合能进一步加速,形成合力。

另外,自主车企整体品牌溢价不高,进入中高端市场容易遭遇天花板。虽然技术与品质提升很快,但与合资品牌还有一定的差距,并且多数消费者对自主品牌还停留在低质低价的固有印象上,这种观念的扭转还需要很长的一段时间。可喜的是,从 2012 年,我们看到自主品牌更加成熟和稳重的一面,以往来求全的浮躁随着车市增速的放缓而消失,国内竞争不断加剧,重压下的自主品牌更加注重增长的质量和自身综合实力的提升,更加注重产品品质和自身技术水平,从过去一年的表现来看,我们对自主品牌充满信心,相信只要耐得住寂寞,步步为营、稳扎稳打,自主品牌中诞生几家世界级的国际化车企并不是梦想。