

2012 盘点:

# 6~8 万家轿遇冷 和悦逆势正增长

刚刚过去的 2012 年,作为中国家教的第一个阶段,6~8 万元的家轿市场,几乎全是负增长,江淮的和悦和帝豪 EC7 是这个细分市场为数不多的正向增长的主流家轿车型。

作为 6~8 万元的家轿市场,是自主车型的天下。长安、江淮、长城、比亚迪、吉利、海马、力帆等等自主品牌厂家,几乎都在这个细分市场布阵,也都曾有不俗的表现。一些车型,都曾是车界奇迹,都曾风光无限。这个细分市场,几乎是中国自主车型的福地,其车型几乎都是自主生产企业的当家花旦。但在 2012 年,这个细分市场的车型大部分出现了严重的销售同比下滑。 晓同



## 揽 CCTV 年度大奖 和悦成获奖专业户

车型在车市各种颁奖会中获奖已经不新鲜。但是对于江淮汽车的和悦而言,能获那么多大奖,能获得最权威的奖,能不断地获奖,那就不简单了。年底了,车界人士开了点玩笑,说江淮和悦成了 2012 年的获奖专业户。

### 荣膺 CCTV “年度自主品牌乘用车”大奖

在北京奥体中心刚刚落幕的 CCTV 2012 中国汽车年度颁奖盛典中,江淮和悦凭借过硬的品质、卓越的性能斩获“2012 CCTV 年度自主品牌乘用车”大奖,在 2012 年度奖项评选中完美收官。

这个颁奖会中,有奔驰、宝马、奥迪等豪华车品牌,也有合资品牌,更有一些 2012 年表现优异的自主车型。和悦能荣膺 2012 CCTV “年度自主品牌乘用车”大奖,与其 2012 年在家轿市场的表现息息相关。

2012 年全年,和悦是 6~8 万元主流家轿这个细分市场中,不多的呈现正面增长的车型,而大多数主流车型在这个细分市场严重下滑。和悦在 2012 年打运动牌,用运动品质进行差异化地竞争,这是实现产品和营销策略的差异化,丰富了车市百姓的选择。可以说,在入门级家轿普遍低迷的 2012 年,和悦是车市最大的亮点之一。

### 年度大奖:和悦成为专业户

江淮的和悦在全国各类媒体举办的颁奖会中获奖无数,其奖杯可以在办公楼装饰很大的一面墙。其中,获得的权威媒体最权威的奖项也很多,很多是年度大奖。

在 CCTV 2012 中国汽车年度颁奖盛典之前,和悦已在大小评选中获得十多个年度奖项。其中包括 2012 中国汽车风云榜夺得“年度最佳自主品牌中级车”大奖、2012 中国汽车英雄榜中荣获“中国汽车品牌风云车型”等。

汽车媒体界人士分析,能成为获奖专业户的现象,一定是社会热点车型。其中,第一,车市的表现要不俗,销量的盘量很大,在汽车市场关注度高,而且呈上升趋势。另外,无论成产品本身的卖点和品质,无论是营销策略,都能得到媒体覆盖的公众的认可。

结合以上原因分析,和悦自身的优势分析,一方面,自 2012 年 9 月份起连续四个月销量过万台,挤进了万辆俱乐部,成为 2012 年 6~8 万家轿市场为数不多的实现大幅正增长的车型。另一方面,和悦在中国的运动版的上市,其运动飞行秀的举办,无不得到了公众的关注和认可。

### 连续获奖:旺销持续多年的魅力

一朝获奖容易,持续获奖难。这是汽车圈的共识。这个原因是,一款车很难持续多年的红下去。江淮的和悦近年来不断销售走高。与其过硬的品质和获得的口碑有关系。

目前,和悦已经在国内拥有了超过 20 万的用户。这为和悦奠定了很好的口碑基础。

2009 年上市之初,和悦 20 万公里品质马拉松深得消费者认可。2010 年,江淮乘用车摘得“全国质量奖”,成为首个获此殊荣的自主品牌车企。2011 年,江淮“品质三部曲”,在公众的检阅下获得了一片赞誉。

2012 年年中上市的和悦 sports 系列,更将和悦的品质优势进一步放大,全面升级产品力,掀起了家轿领域的“运动”风潮。日前,和悦 sports 系列搭载的 1.5L 自然吸气发动机更是 2011、2012 连续两年荣获“十佳发动机”称号。

2012 年,两季“和悦飞行秀”的成功举办,让 19 个城市的消费者零距离观看到和悦在极致驾驶条件下的可靠品质,在全国掀起了一场“家轿运动风”。这是中国目前唯一的一个“量产原车飞行”的表演案例,令和悦品质清晰地呈现在消费者眼前,和悦飞行秀在业内收获“自主第一体验平台”殊荣。 晓同

## 2012 年现象:主流车型整体下滑

查阅全国乘联会的数据,6~8 万元的家轿市场,各车型下滑的幅度,少的在 10% 左右,严重的在 30% 左右。在出现正向增长的企业中,除却那种基数很小的车型外,和悦是 2012 正向增长的双雄之一。

相关数据显示,和悦全年实现了近 9 万辆的销售。其中,和悦三厢的增长是

32.4%。其中,和悦在年底的表现十分优异。数据显示:9 月,和悦销量 8334 辆,同比增长 14.6%,环比增长 59.5%;10 月 8962 辆,同比增长 38%;11 月 11679 辆,同比增长 84%;12 月 12449 辆,同比增长 57.8%。

2012 年出现集体下滑的因素很多。据分析,国内地产等行业的不景气,加上这

几年的物价上涨,使得百姓的购买力下降。另一方面,6~8 万的细分市场,自主品牌近几年不断在此阶段扎堆,使得僧多粥少,竞争更加激烈。数量的增多,也造成了产品卖点的同质化。自 2009 年开始,汽车市场出现了高速增长,整体车市的放缓,也就是造成整体下滑的原因。

## 2013 年展望:运动突围差异竞争

和悦的成功我们看到了差异化竞争的优势带给我们的启示。

2012 年,和悦不断在做一件事情,就是打运动牌。这个打法,对于 6~8 万级的车市来说,是很新鲜的。原因是,这个价位打运动牌,对汽车的操控水平和品质是一个很大的考验。而国内的自主车型,在外观和空间方面下工夫的比较多,在操控方面比较捉襟见肘。

但是,随着汽车消费的成熟,消费者对于操控的需求,也呈现了上升趋势。由于驾驶经验的积累,知道什么是好开的车。越来越多的人意识到,良好的操控品质,除

了能够带来驾驶乐趣外,还能在主动安全方面有良好的表现。

一方面,和悦秉承了这个细分市场多数车型有的优势,将外形和空间做到极致。和悦的外形设计源自意大利宾尼法尼亚公司,保持了宾法引领潮流的设计风格,融入大量中国传统文化元素。在汽车空间方面,和悦 2710mm 的超长轴距使和悦享有“中级车空间之王”的美誉。

和悦在操控品质方面和对手拉开了差异化的优势。

在 2012 年的成都国际车展,江淮和悦最新力作——和悦 Sports 系列上市,和悦

Sports 系列在外形、内饰、空间、安全、配置等多方面升级,使整车在品质提升的基础上更加时尚、动感。

在成都车展运动系列上市前的几个月,江淮和悦飞行秀掀起一股汽车运动的热潮。“雁行阵型”、“菱形阵型”、“交叉蛇形”、“行进间多车调头 180°”、“瞬间 360° 转向”、“交叉蛇形”、“两轮驾驶”等,这些车界难度系数很高只出现在惊险电影中的特技表演,在全国一些重要的二三线城市举行。有着近 50 年历史的江淮汽车,一直以来以底盘设计制造功底扎实而著称。

# 日产 500 台 和悦增夜班应对年货季

面对紧张的春运浪潮,中国,这个地球上人类最大的迁徙行动又开始了。春运的回家难,打车难,出门难,促使了更多的中国人,希望春节有辆车。这个情结,很直观地体现在了年底购车上。特别是入门级的家轿。

和铺天盖地的春运难的氛围不同的是,是汽车生产厂里的一派忙碌景象。过去的 2012 年,汽车消费低迷,很多厂家的生产车间冷清,甚至一些汽车工厂停产。如今能双班应对汽车销售,确实是难得的一个车市景象。

### 单班生产停线不超 15 分钟

翻开全国统计机构的数据,我们看到年底作为入门级家轿的和悦日渐攀升的数据,和悦全年实现了近 9 万辆的销售。其中,和悦三厢的增长是 32.4%。其中,和悦在年底的表现十分优异。数据显示:9 月,和悦销量 8334 辆,同比增长 14.6%,环比增长 59.5%;10 月 8962 辆,同比增长 38%;11 月 11679 辆,同比增长 84%;12 月 12449 辆,同比增长 57.8%。

周彭军是江淮乘用车二厂焊一车间的主任。近两三个月来,周彭军几乎放弃了周末的休息,全力应对厂里的生产。乘用车二厂冲焊分厂焊一车间是个自动化程度高的

生产车间,光机器人就有 84 个。但为了保证生产,他开始首次在车间尝试在和悦焊装线,启动双班日产 500 台的生产模式。

一个月以来,周彭军放弃了很多周末休息,采用周末及生产后提前检修的方式带着设备维修团队对设备进行预防性维护。

在双班产能冲向 500 台的关键时候,周彭军每天晚上带着班组长们加班召开生产分析会,统计计划完成率、效率、开动率,并要求全力保证单班生产停线不超过 15 分钟。

因为双班,白班人员下班后,周主任还要和夜班团队交接,回家时,夜班组已经开始就餐了。在过去的 2012 年 11 月 17 日,双班生产突破 490 台。11 月 29 日,双班生产达到 500 台。

从江淮汽车的 4S 店反馈的信息是,和悦车型的铺货出现局部的困难。

### 像抢年货一样抢紧俏家轿

中国的春节消费特点是世界奇观。尽管,今年中国铁路部门、汽车运输部门等加大了运力,但中国人的春节出行依然难改往年的困窘。春节出行难更催生了无车的家庭实现有车的梦想。

在北京亚运村、重庆汽博、南京汽车一条街等等城市的汽车市场,记者走访 4S 店

发现,适合春节消费的汽车有如下特征。一是,汽车宽大舒适,适合家庭整体出行,能适应春节三口之家变 5 口之家的变化;二是外观时尚大方,有时代感;三是品质过硬,有一定的用户保有基础,有很好的市场口碑。

据江淮汽车相关人士介绍,根据春节消费的特点,和悦的优势之一是外形。和悦的外形设计源自意大利宾尼法尼亚公司,保持了宾法引领潮流的设计风格,融入大量中国传统文化元素。春节是中国最重要的传统节日,时代感与传统文化的结合,是汽车外形方面能在春节取胜因素之一。

在汽车空间方面,和悦 2710mm 的超长轴距使和悦享有“中级车空间之王”的美誉。在品质方面,和悦 2012 年做了上百场飞行秀,特技考验着汽车的品质。有着近 50 年历史的江淮汽车,一直以来以底盘设计制造功底扎实而著称。

在口碑方面,和悦已经有了庞大的用户基础。上市四年,和悦以 20 万销量完成了品牌和口碑的积累。

面对春节临近,江淮汽车员工们告诉记者:“回家就是最好的礼物。在春节的梦想,江淮汽车每个加班的员工,都希望有更多的中国人,能平安顺利的回家,能高高兴兴地出行,过一个快乐年。” 晓同