

现代起亚发力 丰田销量“老三”不保？

俗话说，“屋漏偏逢连夜雨”，这句话用在全球汽车老大丰田身上是最恰当不过了，“召回门”刚刚被平反，又遭受了大地震的冲击。两年前还风光无限的丰田今年不要说是争夺全球销量第一的宝座，甚至还会一不小心排在韩国小弟现代-起亚的后面，位居全球第四。丰田社长丰田章男日前在东京出席2010财年业绩新闻发布会时承认，日元持续升值，3月11日的大地震又使丰田的日本工厂受到影响，面对这些压力，丰田的成功法则正在被打破。



今，中国还只是丰田第四大市场（位列美国、日本、欧洲之后）。去年，丰田在华80多万辆的销售成绩不仅无法与200万辆级别的通用、大众抗衡，也排在100万辆级别的现代-起亚、日产的后面。而今年这一差距更为明显，4月份，丰田在华的销量仅为4.87万辆，同比下降了23.5%。

通用在4月的上海车展发布了未来五年战略：将持续以每年10亿至15亿美元的投资额，并在2015年实现在中国年销量500万辆的目标。相比之下，丰田2015年在中国市场的目标仅定在了150万辆。

内忧外患造成了丰田汽车目前的窘迫状况，但这并没有改变丰田原有精益生产方式和混合动力优势的优势，在地震等外在“利空”消失后，丰田重整雄风也不是不可能的事。

截至今年2月，丰田混合动力车型累计销量突破300万辆，达到约303.8万辆，比其他所有竞争对手加起来都要多，这将是其东山再起的最大资本之一。丰田还表示，2010年代前期，丰田计划每年至少销售100万辆混合动力车；到2015年，丰田所有车型将比2005年的丰田汽车平均节能25%；到2020年代初期，丰田计划推出所有车型的混合动力版。

据新华网

上市即热 新悦动巧妙发布点燃市场



5月23日，新增四款顶级车型，外观、内饰、配置、安全四大方面均有突破的新悦动在北京正式发布，与以往不同，北京现代在产品发布之后，并没有公布指导售价，让人颇觉意外。但这一新车发布方式却收到了意想不到的效果。据悉，新悦动发布后，消费者关注度一路飙升，终端来电来访量达到新高，其价格也成备受关注的焦点。5月26日，北京现代终于揭开新悦动价格的神秘面纱，增加了很多高档化和安全性配置，在满足消费者需求日益高档化趋势的基础上，基本价格保持不变，价格区间为9.98万元-14.68万元。

“新悦动的定价是在发布会之后，第一时间收集媒体反馈和消费者反馈，并在此基础上制定的价格，将更加符合消费者预期。”北京现代相关人士表示。增加四款顶配车型后，新悦动的产品定位更上一个高度，进一步与主要竞争对手朗逸和卡罗拉展开正面竞争。外观方面，新悦动融入了现代汽车最新的设计理念，完成了13个方面的设计改进，更时尚、大气，更具视觉冲击力。在高档配置方面，新悦动不仅强化了内饰的高档化改进，更增加智能钥匙及一键启动系统、DVD导航系统等新配置、新技术，满足了中高端客户智能、人性化的驾乘需求。此外，新悦动车身大量采用了高张力钢板等主被动安全配置，使得新悦动的安全性得到了全面的提高。

销量可能落到第四 盈利从最强到垫底

其实，去年丰田老大的位置都有点岌岌可危了。2010年丰田以842万辆的销量勉强保住了全球老大的地位，增速在全球主要汽车公司中最慢，通用2010年的全球销量仅少于丰田3万辆。按照这种趋势发展下去，丰田今年就将失去第一的宝座。

而今年日本“3·11”9.0级大地震加剧了这一趋势，据悉，自“3·11”以来，丰田损失的产量高达40万辆，仅今年一季度，丰田的销量就已落后于通用、大众20万辆以上了。汽车行业调研机构 Advanced Research Japan 总裁远藤浩二预计，2011年丰田汽车公司全球汽车销量在650万辆左右，肯定落后于通用、大众，而与现代-起亚不相上下。

今年3月，现代-起亚销量高达54.9596万辆，首次超过了丰田，4月由于地震效应持续发酵，现代-起亚再次以近55万辆的成绩领先丰田。韩国的《朝鲜日报》引自天主教大学经营学教授金基灿说，如果现代起亚汽车保持这股强劲势头，则今年很可能赶超丰田和雷诺日产，跻身全球汽车生产企业前三名。

在刚刚结束的2010年财年年度（2010年4月1日~2011年3月31日），丰田汽车虽然保住了全球第一大汽车销售企业的宝座，但全球盈利第一大户的宝座却被大众以94亿美元抢走，而丰田2010年财年为4682亿美元（约合58亿美元）。

进入今年一季度之后，这种差距更为明显，通用、大众、现代-起亚、福特排名前五名的汽车巨头录得的净利润都超过25亿美元，而丰田汽车只有可怜的3.15亿美元，只有主要竞争对手的1/8，甚至不及通用的1/10，

丰田的盈利能力从原来的冠军跌入垫底的行列——而这一变化，也就发生在2年时间内。

中国市场“不给力” 混合动力或成救命稻草

除了召回、地震、海啸、日元升值等一些外在的不可预测因素之外，丰田销量锐减的原因也不乏自身原因——丰田车的造型有些落伍，缺乏产品魅力。此外，在中国市场过于保守的市场策略也让丰田饱尝苦头：在奥迪、宝马、奔驰高歌猛进的时候，丰田却还为雷克萨斯是否适合在中国国产而思前想后。

中国已经连续两年成为全球第一大新车销售市场，也是通用、大众、现代-起亚、日产等厂商第一大的销售市场，可以说，在中国市场的表现决定了很多车企在全球的地位。可是，很早以前以进口车打开市场的丰田在中国起了个大早，却赶了晚集，至

日系车供应紧张，市场空缺谁来填补？

雅阁优惠大幅缩水，终端无现车，提车需等待……

东风本田CR-V货源紧张，无优惠，提车至少等1个月……

RAV4取消1.5万元现金优惠，全部按官方指导价销售，变相涨价……

虽然已经过去两个月，但日本地震对全球汽车产业的影响却在不断加剧。由于关键零部件如电脑芯片的短缺，二、三甚至四级零部件供应商受到重创等原因，不但日本本土的汽车工厂复产艰难，我国日系车产量也受到较大冲击。一般来说，汽车企业的零部件供应库存周期在一个半月到两个月之间，因此，在3月份时，地震影响还不算见影，而现在，各大日系厂家进口零部件的库存已经捉襟见肘，减产窘境纷纷显现。

目前丰田在华工厂的开工率已调整为平时的50%，未来不排除开工率进一步下调的可能；东风日产4月初开始安排休假；广汽本田4月份产量环比减半，5月也不容乐观。业内人士分析认为，日系合资

企业将经历难熬的五、六月份，到八月份才有可能逐步恢复产量。

产能的下降直接导致了市场上日系车以及使用日系零部件的车型供应全线“告急”：在A级车市场，新阳光、卡罗拉、思域等车型提车难；在SUV市场，除CR-V一贯货源紧张外，汉兰达到店新车数量也比计划明显减少，RAV4供货相对充足，但地震前原有的1万多元优惠也已取消，德系的途观和韩系的ix35未受影响，现车供应充足，月销量近万辆；在中高级车市场，“紧、缺、无”现象更加严重，因为低端车型国产化率较高，核心零部件基本已经实现了国产，而高端车型雅阁、凯美瑞、天籁、锐志、思铂睿等，由于核心零部件仍然需要从日本进口，因此供应形势相当严



峻，且这种状况到何时缓解，没人能给出答案。

纵观整个市场，日系车价格上涨、订货周期延长已成为普遍现象，一些经销商甚至已经开始暗中囤积热销车型酝酿涨价。此外，受到日本爱信变速箱供应受限的影响，通用、大众、标致等企业也受到不同程度的波及，目前通用旗下君越、君威、英朗等车型订货周期有所延长，很多厂家的新车也推迟了上市时间。

作为中高级车市场的王者，日系的雅阁、凯美瑞、天籁集体失语，造成巨大的市场真空。此时，北京现代第八代索纳塔和上海大众全新一代帕萨特高调上市，意欲打破日系车长期以来对中高级车市场的垄断。新帕萨特大气庄重，配置豪华，延续了大众车的一贯风格，主打21-31万的公务和商务用车市场；第八代索纳塔塔动感时尚，配置丰富，性能出色，瞄准那些

青年才俊和高端家庭用户。这两款车无论是外观造型、内饰做工、性能科技以及车身工艺，都代表着当前B级轿车最高水准。不得不说，这两款车“生逢其时”，他们的诞生迅速填补了日系厂家缺货造成的市场空白，同时也给消费者提供了更多的选择。

新帕萨特全系搭载了大先进的TSI+DSG黄金动力组合，无论是发动机还是变速箱，都要远远领先于雅阁、凯美瑞、天籁等竞争对手。第八代索纳塔更是以科技领先、配置豪华著称，全景天窗、智能迎宾灯光系统、前风挡自动除雾、雨刷加热、座椅及后视镜带记忆功能以及VSM车辆稳定控制系统、TPMS胎压监测、HAC上坡辅助、ESS紧急刹车提醒、主动式安全头枕、双预紧安全带及18寸铝合金轮毂等配置赋予其远超同级车型的档次感和安全性，被称为中高级车市场的“配置之王”。此外，第八代索纳塔还全系标配了6速手自一体变速箱，高配车型更配备了拨片换挡功能，强大的产品力由此可见一斑。

数据显示，在运动型中高级轿

车市场，第八代索纳塔上市首月销量就突破6000辆大关，一举赶超了睿翼、新君威、蒙迪欧-致胜等上市多年的老车型，给对手造成了巨大的压力。在传统中高级车市场，新一代帕萨特凭借着“Passat”品牌多年来积累的口碑以及产品优势，在20-30万的市场区间一炮而红，大有逼进雅阁、凯美瑞、天籁“日系三剑客”就范之势。

尽管日系车的品牌认可度在短期内不可能被打破，但是，在这两款新车强大的产品力和“天时地利”的共同作用下，日系品牌常年盘踞中高级车市场的局面正在悄然发生改变。

去年三四月份北京现代ix35和上海大众途观上市，正好赶上日系品牌集体“召回门”，两款车间接受益，月销量一举逼近万辆大关，超越RAV4，直逼CR-V。巧合的是，一年之后，第八代索纳塔和新一代帕萨特再次在4月份同期上市，这次又赶上日系品牌因大地震集体减产。两款车能否重演去年ix35和途观的“惊天大逆转”？相信不久市场就会给出答案。

