

# 武汉商报

2018/9/12 NO.1869 全国刊号:CN42—0020 邮发代号:37-56 每周三出版 编辑部电话:027-85773875



## 市场观潮

# 豪华 SUV 市场竞争白热化

距全球首发仅仅 5 个月的时间,通用就迫不及待地将凯迪拉克 XT4 搬到了中国。

8 月 29 日,凯迪拉克 XT4 在上海正式上市。巧合的是,同一天,捷豹 E-PACE 也宣布上市。两款紧凑型豪华 SUV 同时登场,再加上此前已经上市的沃尔沃 XC40 和即将上市的雷克萨斯 UX,这个细分市场的竞争气氛陡然紧张起来。

如今中国虽然稳居全球第一大汽车市场和豪华汽车市场,不过规模增速显著放缓,尤其是 SUV 市场增速明显放缓,甚至波及了豪华 SUV 领域。在中国的 SUV 全面退潮之前,豪华品牌正在加速相关车型的上市节点。

上汽通用汽车凯迪拉克市场营销部部长冯且对时代周报记者表示,随着 XT4 的上市,凯迪拉克目前的产品阵容大约能覆盖 60% 的豪华车细分市场。按照计划,在未来的 2-3 年,通过不断推出新产品,凯迪拉克有望将这一比例提高到 90% 以上。

### 豪华车市场格局动荡

就这样,凯迪拉克 XT4 在中国的落地,省略了车展亮相、国产下线发布、预售价公布、大规模媒体试驾等常规预热环节,一下子就展现在消费者的眼前。新车 25.97 万元起的售价,再度让业界感到凯迪拉克这次对整个豪华车市场的搅局决心。

虽然凯迪拉克 XT4 定位紧凑豪华 SUV,但比很多现有车型要大。从某种意义上说,凯迪拉克 XT4 也算开辟了一个新的细分市场。原先凯迪拉克的产品阵容只有 XT5 中型 SUV 和凯雷德全尺寸 SUV,在 SUV 产品方面比较单一。XT4 的加盟,将使凯迪拉克的产品阵容更完善。此外,因为它也是凯迪拉克目前为止最小的 SUV 产品,切入豪华汽车市场增速最高的紧凑 SUV 细分市场,还非常有利于帮助凯迪拉克走量。

追随中国 SUV 市场开启“高增长”模式,5 年前,宝马 X1 和奥迪 Q3 分别进入中国,享受着中小型豪华 SUV 细分市场的红利,一度成为其品牌最畅销的车型。一年后,奔驰也推出 GLA,而且后来居上,与宝马、奥迪强势争夺市场。这些年来,中小型豪华 SUV 单车型销量曾

逼近过 2 万辆 / 月,单车型年销量最高已经超过 9 万辆,而且该市场逐渐形成了“寡头垄断”,几乎被宝马 X1、奥迪 Q3、奔驰 GLA 等德系产品包揽。

不过,进入今年 7 月份,原本都在两位数高位增幅的豪华车市场陡降至 2.1%,增幅放缓趋势明显。其中奥迪 SUV 的销量在 7 月同比下滑 25%,主力车型 Q3 的同比降幅甚至超过 40%;捷豹路虎的路虎发现神行在 7 月销量同比下降更是高达 53%。

汽车行业资深分析师张志勇对时代周报记者表示,从 SUV 遇冷的本质看,实际上是低端车型和老化车型的产品力跟不上,以及之前过度火热透支消费等因素导致的结果。未来消费升级之后,精品化车型将能够脱颖而出,在一堆廉价车、老化车的死亡中崛起。这包括新生代的凯迪拉克 XT4、沃尔沃 XC40、捷豹 E-pace 等。

### 以价换量并不是主流

其实,凯迪拉克 XT4 选择此时在中国市场上市,是想赶上“金九银十”这个全年销售的高峰时段。因为 XT4 肩负的另一个重任,就是帮助凯迪拉克实现在 2018 年冲击全球销量历史新高的目标。通用汽车高级副总裁兼凯迪拉克总裁史蒂夫·卡莱尔就曾明确表示:“凯迪拉克有望借此在今年冲击历史销量第一。”

从 2014 年到 2017 年,凯迪拉克实现连续增幅 50% 以上。去年在中国市场的表现首次超越美国,成为全球第一,累计销售 17.35 万辆,同比大增 47%。今年 1-7 月,销量已经超过 12 万辆,同比增长达到 36%,增速远高于行业总体水平。

但是,目前凯迪拉克旗下的 XT5、ATS-L 和 XTS 这三款主力车型中,XTS 虽说刚进行完小改款,但和 ATS-L 相同,产品周期已经足够长,而 CT6 的销量还有很大提升的潜能。另外,XT5 扛起销量大旗,作为旗下唯一一款国产 SUV,XT5 就占到了凯迪拉克销量份额的 37%。XT5 单枪匹马压力巨大,XT4 火速赶来支援。不过,要想成功冲击 20 万辆的年销量目标,凯迪拉克 XT4 自降身价的可能性还是比较大的。目前,奥迪 Q3 的价格在 24.9 万元、奔



驰 GLA 的价格在 27.18 万元,综合比较看来,凯迪拉克 XT4 只有加上市场终端优惠,价格才具有更大的竞争优势。

然而,对于“以价换量”的说法,冯且对时代周报记者坦言,其实 CT6 和 XT5 的价格在整个市场能排到前三名,甚至高于某些一线豪华品牌的产品。就 XTS 来讲,这款车是中期改款的产品,匹配的对手是雷克萨斯的 ES 车型,这两辆车的市场售价也是差不多的。只有 ATS-L 相对来说,价格竞争力比较强。“如果现在卖的四款车,全都是最低价格,‘以价换量’的评价才是对的,而总体上凯迪拉克的品牌力还是向上的。此外,XT4 的官方指导价也出来了,BBA 同样级别的竞品市场售价是远低于这个价格的。”他说道。

### 细分市场杀出挑战者

盘点上半年销量超过 10 万辆的豪华汽车品牌,也只有奔驰、奥迪、宝马和凯迪拉克。前三名的累计销量都在 30 万辆左右,而凯迪拉克的销量刚过 10 万辆。数据显示,1-8 月凯迪拉克销量为 14.3 万辆,同比增长 31.4%。

确实,BAA 的销量是其他豪华品牌短期内难以企及的。不过,凯迪拉克领先身后的捷豹路虎、雷克萨斯的距离也在越来越大。而且,如果从未来 5 年、10 年的战略及产品规划,以及自动驾驶、共享等前沿新兴领域的研发和导入

国内市场等方面看,凯迪拉克的“打法”已经越来越接近 BBA。凯迪拉克能够达成今年销量目标的话,那么,就将成为除 BBA 之外,首个突破年销 20 万辆的豪华品牌。

目前,在这个市场中,宝马 X1Li、奥迪 Q3 和奔驰 GLA 已经是“老三样”,凯迪拉克 XT4 才是“新势力”,而沃尔沃、英菲尼迪等的销量又实在太弱,进一步丰富产品线的凯迪拉克,正在成为德系豪华车三强的“挑战者”。

此外,沃尔沃、捷豹路虎等也都在 8 月份推出了新车,其中,沃尔沃推出 CMA 架构下的首款紧凑型 SUV,捷豹的 E-PACE 也瞄准这一市场,雷克萨斯的入门级 SUV 车型 UX 也在成都车展亚洲首发。再加上凯迪拉克,在不足一个月的时间里,四家车企都发布了紧凑型 SUV 车,也预示着下半年乃至明年,豪华 SUV 市场的竞争会更加白热化。

不过,市场还是有会机的。数据显示,今年 7 月,国内乘用车 SUV 市场销量为 63.97 万辆,同比下滑 6.9%,紧凑级 SUV 市场却仍保持 10%-20% 的高速增长,而且紧凑级 SUV 销量占据了整个 SUV 市场 56.8% 的份额。奇瑞捷豹路虎汽车有限公司总裁戴慕瑞认为,未来 5-7 年,豪华 SUV 市场整体还将有 50% 以上的增长。冯且也对时代周报记者表示,随着新产品加入以后,供求端的充足度提高,整个细分市场的增长也会加快。(本文转自时代周报)