

2014年中国自主品牌车企业绩 “ 冰火两重天”

报告目录及图表目录

智研咨询 编制
www.ibaogao.com

一、报告报价

《2014年中国自主品牌车企业绩“冰火两重天”》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.ibaogao.com/free/0625160U62015.html>

产品价格：纸介版元 电子版元 纸介+电子版

订购电话: 010-86825756

海外报告销售: 010-86825756

24小时联系电话: (010)86825756

QQ: 992930161

Email(MSN): sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

智研咨询网讯：

内容提示：未来自主品牌两极分化将会更加明显，“小规模汽车自主品牌在竞争日趋激烈的市场环境下会面临转型甚至被兼并重组的命运，而相对强势的一些自主品牌则会借助之前积累的优势实现崛起，这就是国内汽车自主品牌未来的趋势和结局”。2014年我国车企业绩“冰火两重天”；进入到三月份以来，一部分车企发布了业绩预告。据数据统计，截至昨日，申银万国汽车行业106家汽车上市公司中，有66家汽车行业上市公司发布了2014年业绩预告，其中有43家上市公司业绩预盈。值得一提的是，从部分知名车企年度业绩预告能够看出：2014年，车企业绩表现堪称“冰火两重天”。

自主品牌车企业绩“冰火两重天”；专家表示，车企自我战略调整决定成败，未来两极分化会更加严重。其中长安汽车、东风汽车等车企净利润增长幅度都超过100%，而一汽集团旗下上市公司中的一汽轿车和一汽夏利不约而同的以亏损收官，其中一汽轿车净利润减少幅度达到95.04%，而一汽夏利净利润减少幅度更是高达264.66%。对此，汽车行业业内资深分析人士张志勇表示，一汽夏利之所以出现业绩大幅度下滑，有多方面原因，“既有夏利的产品不能及时推陈出新的原因，也因为夏利在一汽集团处于一个比较尴尬的位置，其在被一汽集团收购后没有能够获得集团更多的资源共享。”而思略特全球合伙人彭波向记者表示，“过去的一年，国内自主品牌车企的成绩单之所以出现了明显的差距，主要是因为自主品牌在2014年的产品战略调整上的态度不同导致。如果三年到五年内，这些车企仍然不能够适应中国汽车市场的风云变幻，车企业绩的差距会越来越大”。

一汽夏利不被集团重视 总体上看，去年我国乘用车市场继续保持稳定增势。中汽协公布的数据显示，去年我国乘用车共销售1970.06万辆，同比增长9.9%。只是，在整体保持稳定增速的大背景下，2014年上市整车企业的业绩两极分化趋势愈加明显，而且在这样冰火两重天的走势背后凸显的则是自主品牌面临的生存困境。以一汽夏利为例，一汽夏利发布业绩预告显示，2014年归属于上市公司股东的净利润亏损15.5亿-17.5亿元，下滑幅度达222.92%-264.58%。这是天津一汽继2013年净利润亏损4.80亿元之后，再创亏损记录。

对此，天津一汽方面表示，亏损的主要原因是公司产品结构升级调整的步伐未能适应市场快速变化的要求。夏利N3、N5轿车、威志V5轿车销量同比下降，2013年推出的夏利N7产品未达销售目标，骏派D60产品2014年内上市日期有所推迟，导致2014年度公司产销规模同比有较大幅度的下降，公司主营业务产生了较大的亏损。而在张志勇看来，一汽夏利之所以亏损如此严重，与其产品以及公司在集团的地位脱不开关系，“首先是因为一汽夏利的产品更新换代的速度与市场的变化逐渐脱轨，当国内汽车市场的需求已经呈现多元化的

形势后，夏利仍然没有能够推出与时俱进的产品，这让一汽夏利在国内汽车市场中的竞争力出现下滑。然后就是夏利在被一汽收购之后，在集团内部一直被边缘化，没有被集团作为旗下主要品牌去培养，一汽夏利没有能够享受到一汽集团更多的资源，亏损在所难免”。

而其他与一汽夏利呈鲜明对比的国内自主品牌，如长安汽车，其去年业绩预告显示，预计2014年公司净利润比2013年同期增长111.09%-122.50%，达到74亿-78亿元。长安汽车表示，公司报告期内业绩的大幅度增长，主要是得益于合资企业长安福特翼虎、新蒙迪欧等销量同比大增，投资收益大幅增加(2014年长安福特投资收益预计为72亿元，同比增长75%)，以及重庆长安本部CS75、逸动等销量同比大增，本部实现同比减亏。彭波向记者表示

，“过去这几年，中国自主品牌汽车一直处于战略调整的状态，车企由于调整的反应速度以及力度不同，导致企业在汽车市场上的表现有好有坏。长安汽车在这两年一直坚持研发，调整战略思路，而去年业绩表现也证明了其调整的及时有效，而一汽夏利正是由于对产品以及公司在市场上的战略布局的调整出现滞后导致业绩出现了大幅度的下滑。自主品牌

两极分化将会加重可以看出，在竞争日趋激烈的中国汽车市场，如果车企不能够做到对市场变化的灵活应对，品牌竞争力下滑将无可避免。而彭波更是向记者表示，未来三到

五年内，国内汽车自主品牌将出现分水岭，”也就是强者更强，弱者更弱。自主品牌之间的竞争越来越惨烈，如果在这样的竞争环境下企业还不能够拿出像样的产品，以及不能够做到战略及时调整，车企的利润将会更加难看。”

从行业的变化来看，前几年中国汽车市场处于供不应求状态，很多车企看准时机，纷纷通过多品牌多渠道的战略迅速抢占中国市场，在汽车产品布局上一直是持以“求快求多”的状态。而随着近一两年，这种“闭眼都能赚钱”的状态逐渐被供大于求卖不出去所取代。”

这时候，当初采取多品牌战略的车企吃了大亏，多品牌战略中所暴露出的品牌影响力不足以及产品缺乏亮点的劣势更加凸显。如果企业产品竞争力不足，仅仅是依靠推出多而杂的车型，消费者很难买账。这就迫使车企在产品策略、渠道策略、以及品牌策略上做出调整，这个调整过程中包括人员调整，包括研发人员重新匹配磨合的调整。未来车企的战略简单来说就是企业会把精力聚焦在某一个品牌上，而不是分散精力多线发展。”彭波向记者表示。

详细请访问：<http://www.ibaogao.com/free/0625160U62015.html>