

品牌抢滩登陆

文/本刊记者 秋鸣

豪车中国争宠



经历了20世纪90年代一系列资产重组、联合兼并的浪潮，全球汽车业目前已基本形成一种“六大三小”的竞争格局。这种格局指的是通用、福特、戴姆勒-克莱斯勒、丰田、大众、雷诺-日产等6家巨型跨国公司和本田、标致-雪铁龙、宝马这3家相对独立集团。截至目前，“六大三小”集团的汽车年产量占世界市场总量的比例高达90%以上。



需求增长 引领市场

中国汽车市场的增长速度恐怕是世界上任何国家都难以想象的。随着中国消费水平、消费环境、政策法规的发展变化，目前中国的汽车消费已居全球三甲之列，汽车生产规模也已位列前茅，被业界普遍认为是“世界上增长最快的汽车市场”。这其中，不光是贴近百姓生活的中级经济型车的市场成长迅速，如今的中国豪华车市场消费实力也绝对不容小觑。今年以来，豪华车市场80%的增速，足以令汽车厂家心跳加速。

市场经济的繁荣催生了一个由私营企业家、影视明星、律师、外企高管等高收入人群组成的富裕阶层。高档汽车、名牌时装和其他奢侈品都瞄准了这个高消费人群。这个高消费人群在全国人口中所占的比例并不大，但绝对数字并不小。中国市场对豪车惊人的消费能力令顶级品牌蜂拥而至。

作为2006年度汽车行业压轴大戏，为期9天的北京国际汽车展览会为世界汽车巨头的中国聚会创造了可能。与

上届北京车展只有福特汽车将其视为A级车展相比，戴姆勒-克莱斯勒、宝马、大众、福特、通用、丰田、日产等八大跨国汽车巨头都将此次车展定位于国际A级车展，也就是国际顶级车展。从北京车展上频繁出现的跨国公司全球总裁和CEO们的身影不难看出“六大三小”集团在中国市场跑马圈地的雄心。而保时捷、法拉利、玛莎拉蒂等特立独行的顶级豪华车品牌首次以制造商身份亮相，更是国际豪车巨头全面进军中国的宣言。