

点评新红旗上市及 媒体反响

2013年7月

ChinaAutoMarket
Data Intelligence Consultant

- 新红旗上市活动情况
- 新红旗渠道规划
- 新红旗H7点评
- 媒体评价情况
- 媒体文章选录

ChinaAutoMarket
Data Intelligence Consultant

- 5月底，一汽在京隆重举行红旗H7发布会。最高定价48万的新红旗引来一片惊叹。一汽开展大规模市场宣传活动，为新车造势，推广品牌理念，媒体上红旗出现频率很高。
- 以“让理想飞扬”为主题的上市活动在鸟巢举办，众多领导出席，包括国务院国资委监事会主席寻寰中，一汽集团领导徐建一、许宪平，一汽轿车总经理安铁成等。

◆ 上市发布会现场展示



2012年4月-2013年6月红旗上市活动

红旗筹备活动特点简析

- 2012年4月，一汽在钓鱼台国宾馆举行“红旗品牌战略媒体发布会”

- 2012年7月，一汽在北戴河向中央国家机关成功举办了红旗系列轿车品鉴会



筹备



- 2013年2月，13辆红旗H7交付吉林省政府
- 2013年4月，12辆红旗H7交付浙江省政府

- 2013年6月，长春汇成红旗城市展馆开业庆典隆重举行

◆ 推广品牌：

- 借助品牌发布会，扩大品牌影响力，彰显其重新发力市场的决心。

◆ 主动展开公关营销：

- 邀请国家机关品鉴系列产品，为后期产品进入商务车市场领域做好前期营销工作。

◆ 交车示范：

- 利用已交付案例，为其拓展未来市场起到良好示范作用。

◆ 展馆开业：

- 随着更多城市红馆的开业，当地官方和私人能够更好的鉴赏产品，真实体验红旗轿车的优势。

希拉克乘坐“老红旗”



➢ 1997年5月15日，法国总统希拉克访华乘坐红旗轿车。

红旗L5迎接奥朗德



➢ 4月25日，红旗最新旗舰L5迎接法国总统奥朗德访华。

□ 应希拉克要求，“老红旗”迎宾。

红旗捐赠“斐济”



➢ 5月3日，中国政府向斐济捐赠20辆中国产红旗轿车。

□ 斐济77国会议之后将分配给其政府部门使用。

□ “红旗L5”华丽迎宾。

展厅特色

- 地理位置
- 色调



未来规划

- 渠道类型
- 渠道建设



红旗独立渠道分析

- 优势---品牌
- 优势---管理
- 隐忧---销量
- 隐忧---政治



动力

发动机参数对比

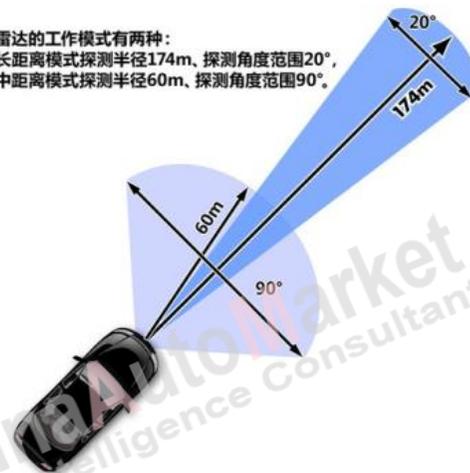
参数	迈腾 2.0T	H7 2.0T	皇冠 2.5L	H7 2.5L	皇冠 3.0L	H7 3.0L
最大功率(kw)	147	150	142	150	167	170
极值扭矩(N·m)	280	260	236	242	293	300
压缩比	-	10.3	10	10.3	10.5	10.3
缸径*冲程(mm)	-	84*90	87.5*69 .2	84*75	87.5*83	84*90
V型夹角	-	-	60°	90°	60°	90°

变速器对比

车型	皇冠	H7
变速器	 爱信 A960E 6 速手自一体变速器	 爱信6 速手自 一体变 速器

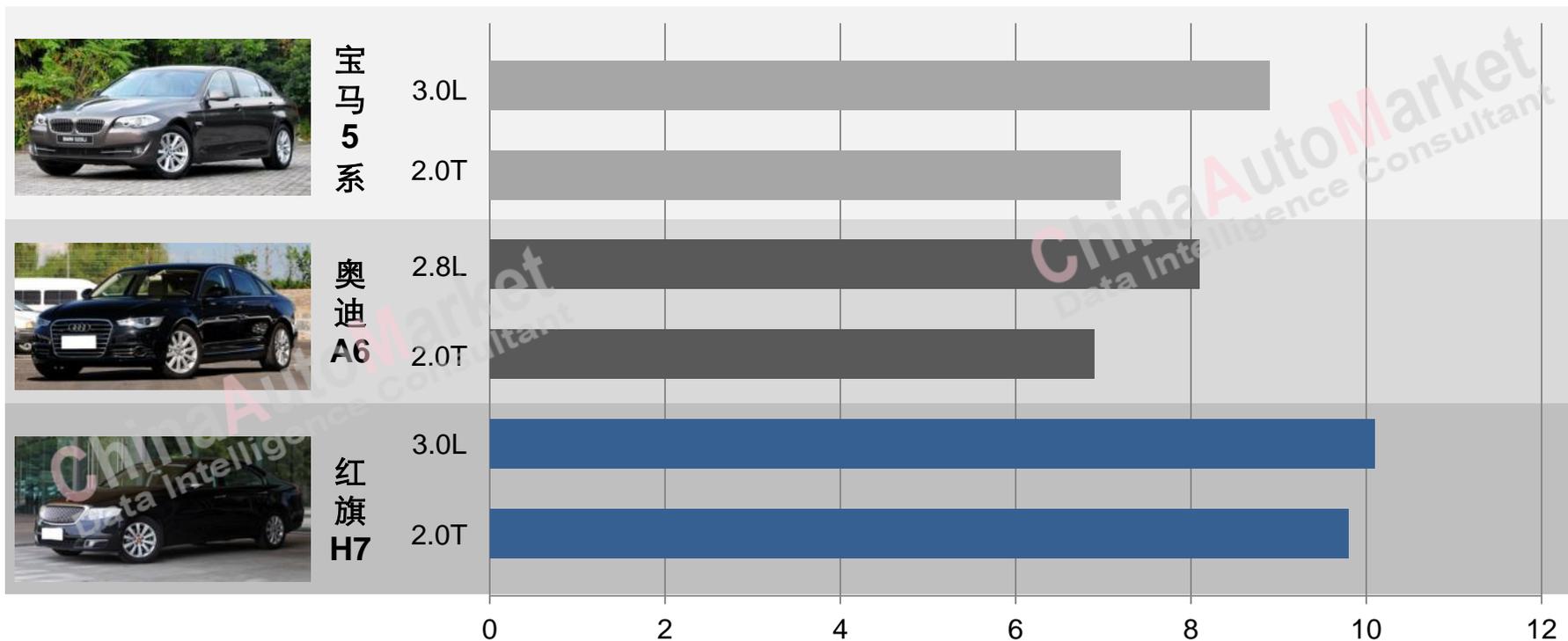
安全

雷达的工作模式有两种：
长距离模式探测半径174m、探测角度范围20°，
中距离模式探测半径60m、探测角度范围90°。



➤ 红旗轿车曾经一度因“耗油量大、成本高、产量低”而停产。但现在看来，新红旗H7的油耗水平仍然很高。

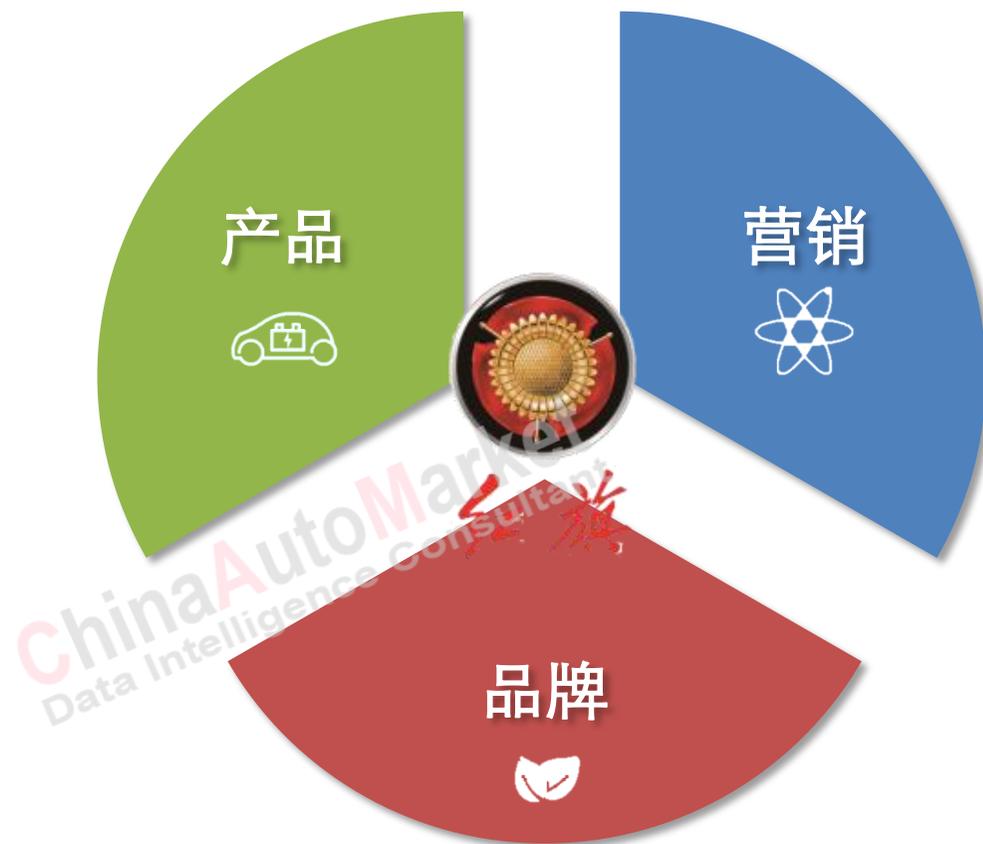
H7及主要竞品工信部综合油耗值



■ 公务车采购相关政策一览

事件	2019年9月《中共中央办公厅、国务院办公厅关于党政机关汽车配备和使用管理的规定》公布	2004年6月《中央国家机关公务用车编制和配备标准的规定》公布	2011年11月《党政机关公务用车选用车型目录管理细则》公布	2012年2月《2012年度党政机关公务用车选用车型目录（征求意见稿）》公布																																	
采购标准	<table border="1"> <thead> <tr> <th>选用标准</th> <th>排量</th> <th>价格</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>部长级和省部级干部</td> <td>≤3.0升</td> <td>无限制</td> </tr> <tr> <td>副部长级和副省级干部</td> <td>≤2.5升</td> <td>无限制</td> </tr> </tbody> </table>	选用标准	排量	价格	部长级和省部级干部	≤3.0升	无限制	副部长级和副省级干部	≤2.5升	无限制	<table border="1"> <thead> <tr> <th>选用标准</th> <th>排量</th> <th>价格</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>部长级和省部级干部</td> <td>≤3.0升</td> <td>≤45万</td> </tr> <tr> <td>副部长级和副省级干部</td> <td>≤3.0升</td> <td>≤35万</td> </tr> <tr> <td>一般公务用车</td> <td>≤2.0升</td> <td>≤25万</td> </tr> </tbody> </table>	选用标准	排量	价格	部长级和省部级干部	≤3.0升	≤45万	副部长级和副省级干部	≤3.0升	≤35万	一般公务用车	≤2.0升	≤25万	<table border="1"> <thead> <tr> <th>选用标准</th> <th>排量</th> <th>价格</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>一般公务用车/执法执勤用车</td> <td>≤1.8升</td> <td>≤18万</td> </tr> <tr> <td>机要通信用车</td> <td>≤1.6升</td> <td>≤12万</td> </tr> <tr> <td>新能源车</td> <td>-</td> <td>≤18万（扣除补助后）</td> </tr> </tbody> </table>	选用标准	排量	价格	一般公务用车/执法执勤用车	≤1.8升	≤18万	机要通信用车	≤1.6升	≤12万	新能源车	-	≤18万（扣除补助后）	<ul style="list-style-type: none"> 以2011年《党政机关公务用车选用车型目录管理细则》为准
选用标准	排量	价格																																			
部长级和省部级干部	≤3.0升	无限制																																			
副部长级和副省级干部	≤2.5升	无限制																																			
选用标准	排量	价格																																			
部长级和省部级干部	≤3.0升	≤45万																																			
副部长级和副省级干部	≤3.0升	≤35万																																			
一般公务用车	≤2.0升	≤25万																																			
选用标准	排量	价格																																			
一般公务用车/执法执勤用车	≤1.8升	≤18万																																			
机要通信用车	≤1.6升	≤12万																																			
新能源车	-	≤18万（扣除补助后）																																			
自主相关	<ul style="list-style-type: none"> 现职副部长级和副省级以上干部，今后应使用国产轿车，现已使用的奔驰、林肯、凯迪拉克等高档豪华进口轿车，按照相关规定，由相关部门在现有的车辆中予以调换。 	<ul style="list-style-type: none"> 未有涉及国产车的规定 	<ul style="list-style-type: none"> 虽未直接提倡公务车国产化，但《细则》规定的排量、价格和研发投入三大门槛将把所有合资车型都拒之门外 	<ul style="list-style-type: none"> 412款候选车型均为中国品牌，包括上汽、东风、一汽、广汽、奇瑞、江淮、比亚迪、吉利、长安、华晨、力帆、长城等主流中国品牌阵营 																																	

信息来源：工信部



认可评价

- “红旗这个标、好看、大气、当然也有它的深刻寓意。”
——汽车之家
- “红旗的车标唤起了人们对经典的怀念，让人肃然起敬”
——新华网



红旗

- 新的红旗轿车logo设计采用金色向日葵图形，向日葵外围是三面红旗，整体呈圆形。
- 红旗解读：向日葵标识象征着中国汽车工业朝气蓬勃活力四射蒸蒸日上。



- 车头采用经典的红旗徽标。

期待改进

- “向日葵象征没有太大的意义，我们是做车的不是搞政治的，车座的好时尚尊贵大气自然就国民两用了，不要把太俗气的元素放在里边。”
——汽车微博
- “网友调侃说是‘菊花’，称之为‘菊花牌轿车’”。
——设计博客

认可评价

- “中国的软实力中增添了一种新式武器——国产红旗豪华轿车。随着中国施展外交影响力，预计全世界会看到更多载着政要的红旗轿车出现在街上。”
——《华尔街日报》
- “红旗L9就像中国版的劳斯莱斯”
——Automotive NEWS
- “红旗轿车相当出色，中国的这份礼物慷慨且及时。”
——斐济总理姆拜尼马拉马

- 2013年4月26日，一汽集团生产的红旗L5轿车作为新款红旗国宾车迎接法国总统奥朗德访华。



- 2013年5月3日，中国捐赠斐济20辆红旗CA7251A型公务车（H7）；新车移交仪式完成后，斐济总理姆拜尼马拉马主动试驾，并对轿车性能表示高度肯定。



期待改进

- “红旗为中国领导人设计的车型太过复古，设计看上去就像来自50年代的雪佛兰”。

——Autoblog

认可评价

- 这对于国产品牌红旗轿车的这种形象的提升，无疑起到的是一个非常好的宣传效果，主要是对消费者有一个带动作用。
——中国经济网
- 它不仅仅对这个品牌本身的肯定，而且也对带动整个国家的国产车在其他公务用车方面的普及有很重要的指标和示范意义。
——CCTV
- 让长期掌舵奥迪销售的中方“一把手”张晓军履新一汽轿车恰逢其时。
——经济观察网

- 2013年6月外交部长王毅使用国产红旗H7轿车作为公务车，外交部表示将按照国家规定，积极有序地更新国产公务用车。



- 原一汽大众奥迪销售事业部执行副总经理张晓军出任一汽轿车销售公司总经理



期待改进

- 企业有追求，是好事，但汽车品牌信誉、质量形象也需要持久的积累，非政策可以尽一日之功。
——长江日报
- 无论是国产汽车，还是其他国货，其未来都非建立在情感上，而是立足于产品创新和创造。公务用车里的国货不代表国产汽车的未来。
——光明网
- 在销量尚未打开，体系不够完善的情况下，张晓军手里有一定的资源，但一定没有奥迪的资源丰沛。
——选车网

一汽红旗国内媒体评论 – 原文附录

《要复兴 红旗H7必须走向市场》——人民日报旗下中国汽车报网 2012.06.07

从1958年第一辆红旗问世后，它就成为中国自主品牌的标致和象征。这些年里，红旗因各种原因几度沉浮。5月30日，红旗H7在京上市，一汽集团将其直接定位为高端商务汽车，要与奥迪A6L等车争锋。对于红旗再扬复兴之帆，笔者与业内均为之振奋。然兴奋之余，笔者对红旗H7究竟能否打响红旗品牌复兴第一枪，是心存疑惑的。原因很多，如果用一句话概括，就是红旗此次的诸多作法都显示它并没有做好参与市场竞争的充分准备。

首先，红旗的上市活动有庄严却无亲近感。红旗在鸟巢附近的上市活动不可谓不隆重，黑色的活动墙庄严肃穆，红色的红旗标识鲜艳夺目，通往发布会现场的甬道布局体现了红旗在中国轿车史中的地位和历史沧桑。由此，可以看出一汽集团对红旗H7上市活动的重视，对红旗H7承担红旗复兴使命的重视。

然而，红旗H7虽然选择了发布会的开放方式上市，整个活动却是封闭的。除了现场发布环节红旗高管对红旗品牌、产品、价格等的介绍，这场发布会并没有给记者留下现场提问环节。即便活动结束后面对与会记者的追问，一汽集团的部分高管也没有接受，而是赶紧走小门走开，并让现场保安拦截记者的跟随。在笔者看来，这种作法欠妥。品牌和产品定位可以高高在上，但对待外界的态度却不能这样。看上去，一汽集团似乎并没有意识到这一点。

其次，红旗H7虽上市无产品服务跟进。笔者调查发现，虽然红旗H7已宣布上市销售，但其销售网络的布局却未完成。不仅如此，目前仅有的几家经销商店内还没有展车，而且店员对产品知识所知甚少，无提供试驾服务，甚至有4S店直言不接受私人订车；售后服务体系更是无从谈起。上市之前的准备工作存在如此多的不足，消费者对红旗H7信心何来？

再次，一汽方面在介绍这款车时有意无意地强调，红旗H7交付全国范围政府采购订单已经突破1000辆。如此看来，红旗H7醉翁之意不在私人购车市场——虽说是定位为公商务座驾，但瞄上的依然是政府部门的钱袋子。然而，政府采购用车仅占我国汽车消费的2%，红旗H7的高端定位与定价，更使该车无缘于普通政府采购用车，红旗H7在官车领域也仅仅局限于省部级用车，市场何其狭隘。

对于红旗的复兴，笔者充满期待，笔者更期待有一天红旗可以超越合资品牌与进口品牌，成为国内豪车市场的第一品牌。然而，就目前一汽集团的打法而言，笔者对其前景心存忧虑。只有走进普通大众，才能真正接受市场的检验，只有赢得社会的普遍接受与认可，才能使红旗的品牌真正获得重生。如果红旗H7不重体系建设，就如此匆匆上市，结果只能是“市而不火”！只有经过细心周密的准备，以体系能力参与市场竞争，红旗方能面对同级产品的同台竞技！

媒体链接：http://www.cnautonews.com/pl/201306/t20130607_204465.htm

一汽红旗国外媒体评论 – 原文附录

《红旗H7能否在豪华车市场赢得一席之地》 ---- 华尔街日报 2012.06.10

中国自主研发以便同奥迪(Audi)、宝马(BMW)和凯迪拉克(Cadillac)等豪华品牌竞争的最新一款豪华轿车红旗H7在32岁的Chris Yin看来并不怎么样。今年4月在上海车展看到首次亮相的红旗H7之后, Chris Yin 只说了一句“这车太平庸了”便转身离开。他说, 我认为只有中国和朝鲜等国的政府官员才会坐这种车, 他还说自己最近买了一辆宝马320i。

诞生已有55年的红旗品牌既代表了中国这一全球第一汽车市场的汽车产业拥有的雄心, 也标志着其面临的挑战。在培育有潜能到国外市场竞争的国内汽车制造商一事上, 中国取得了进展。通过与西方合作伙伴组建合资企业, 中国工厂大量生产奥迪、宝马轿车。

中国汽车厂商尚未研发出受市场欢迎的豪华车, 虽然多家厂商正在努力之中。咨询公司LMC Automotive的数据显示, 去年, 中国自主研发且价格在人民币20万元以上的车型在中国乘用车销售收入中占比仅为0.2%。市场咨询公司益普索(Ipsos)全球汽车研究总监包亦农(Klaus Paur)说, 在豪车市场, 中国国内汽车厂商尚未推出一款具有可靠竞争力的车型。

汽车业咨询顾问邓恩(Michael Dunne)说, 将红旗H7和德国豪车品牌奔驰和宝马等区分开来的首要元素是品牌能够唤起的情感。他说, 德国品牌唤起的是尊重甚至是崇拜, 而红旗品牌唤起的不过是一种怀旧感。

一汽集团的红旗H7是古老与现代的结合: 其直瀑式镀铬格栅是受老款的启发, 但同时配备了三温区自动空调、数字电视接收器、夜视系统、带有USB接口的13扬声器Bose音响系统以及后座娱乐系统。红旗H7的起售价约为4.9万美元, 其目标直指目前驾驶奥迪A6和奔驰C级轿车的政府官员和富商。一汽负责人强调了H7的安全性和质量, 并说这款车是为理解“中国智慧”的成功商业人士打造的。

自去年7月以来, 一汽集团就一直在通过试驾活动向政府官员展示红旗品牌。截至今年3月, 该公司已收到政府部门对H7的约900份订单。中国政府目前正在宣传红旗H7。今年5月, 中国向太平洋岛国斐济捐赠了20辆红旗H7。4月法国总统奥朗德(Francois Hollande)访华期间, 迎接他的便是红旗L5型轿车。

德勤中国(Deloitte China)的合伙人Gordon Xie说, 在中国, 就销量和对消费者的影响而言, 政府官员充当着汽车市场的意见领袖。

尽管如此, 红旗仍有很长的路要走。管理咨询公司科尔尼(A.T. Kearney)上海办事处经理周伟权(Andreas Graef)说, 红旗也许会获得高端汽车市场一块很小的份额, 因为政府会将该车作为政府和国企公费购车的指定座驾。但他同时认为, 近期内红旗吸引大量私人买家的可能性很小。

媒体链接: <http://cn.wsj.com/gb/20130610/bch114700.asp?source=NewSearch>

ChinaAutoMarket (上海)

上海

电话: +8621-6481 1049

传真: +8621-6439 5756

地址: 上海市中山西路2025号永升大厦2405-2409

北京

电话: +8610-8446 7041

传真: +8610-8446 7041

地址: 北京市东城区东直门外大街42号宇飞大厦1219

广州

电话: +8620-8339 1708

传真: +8620-8136 0458

地址: 广州市东风西路医国街73/4-301(510180)

THANK YOU.