

雷克萨斯上半年销量暴跌 日系豪华品牌大势已去?

曾几何时,日系车在国内汽车市场有着举足轻重的影响力,丰田凯美瑞、本田雅阁、日产天籁、马自达6等明星产品,引领了一阵汽车界时尚风潮,当年如果你手握20万元预算,很难绕开这几辆车做出其他选择,耐用、省油、舒适,是不少消费者对日系车的评价。乘此东风,日系豪华品牌“三巨头”——雷克萨斯、讴歌、英菲尼迪成功打开中国市场,在豪华车领域对飙德系“BBA”(奔驰、宝马、奥迪),一时锋芒毕露。

近年来,随着国产汽车的产品力和口碑不断提升,以及“BBA”下探中端市场,“日系三巨头”的日子愈发难过。广汽讴歌在今年官宣停产,明年讴歌品牌将正式退出中国市场;英菲尼迪也在苦苦挣扎,逐渐被消费者边缘化;只有“大哥”雷克萨斯仍然保持着较高的销售水准。而近日,雷克萨斯LM起火事件引发关注,这把火会成为压垮雷克萨斯乃至日系豪华品牌的最后一根稻草吗?



日系车“领头羊”雷克萨斯销量暴跌

据报道,7月28日,在柳北高速广西贵港段,一辆雷克萨斯LM300h豪华MPV发生交通事故,3人被困车内。过路的司机在救援过程中发现,该车的四个车门全部无法开启,众人撬开主驾驶车门救出了驾驶员,打破车窗救出了副驾驶人员,1人被困后排,已对呼喊无反应。由于车辆起火随时有爆炸风险,众人不得已放弃了救援,最终本次事故导致一死两伤。撞击后车门无法开启,成了此次悲剧发生的关键原因,200万元的豪车竟存在如此安全缺陷?本次事件将雷克萨斯推上了风口浪尖。

作为丰田旗下的豪华品牌,雷克萨斯多年来凭借可靠的质量、低调沉稳的品牌调性,销量一直稳中有升,即便在车市遇冷之际,雷克萨斯依旧强势,提车必须加价渐渐成了雷克萨斯不成文的“规矩”。但就是这种加价的销售模式,偏偏被很多人认可,数据显示:2016年,雷克萨斯在国内销量达10万台,2017年增至13万台,2018年16万台,2019年超20万台,值得一提的是,当年国内汽车销量同比下滑8.2%,而雷克萨斯销量同比增长25%。再之后,雷克萨斯2020年销量达22.5万台,2021年22.7万台。对于单车均价超30万元的进口品牌来说,雷克萨斯的销量表现十分优秀,硬是在“BBA”的手中抢走了不小的市场份额。

而在今年,雷克萨斯的销量突然“熄火”,据乘联会数据显示,今年上半年雷克萨斯在国内销量为6.14万台,同比暴跌40.1%。在7月份豪华品牌上牌量榜单中,

雷克萨斯依旧萎靡,创造了7月豪华品牌销量榜前十位中的最大跌幅。近日LM的起火事故,再次引发了消费者对雷克萨斯安全性的质疑,这对销量持续走跌的雷克萨斯来说无疑雪上加霜,同时也为今年下半年的销售蒙上了一层阴影。

“难兄难弟”市场存在感有限

雷克萨斯销量下滑严重,两个“兄弟”更加惨淡。讴歌是本田旗下的豪华品牌,今年4月,广汽本田正式宣布:自2023年起不再生产及销售广汽讴歌品牌现有产品,后续服务将由广汽本田相关渠道继续提供。自2016年国产以来,广汽讴歌在2017年销量达到其历史最高的16348辆,2022年上半年,讴歌品牌在国内销量仅为1318辆,同比下滑65.36%。从产品上来说,讴歌并不差,本田将最好的技术毫无保留地给了讴歌,其超级跑车NSX更是被誉为“东瀛法拉利”。但在行业专家看来,讴歌在中国市场从一开始就没找准定位,技术特点不突出、品牌积淀不足,自然难以获得中国消费者的青睐。

讴歌退市,其“难兄难弟”英菲尼迪同样危机四伏。英菲尼迪是日产旗下高端品牌,2007年,英菲尼迪FX35高调进入中国市场,这款百万级中大型SUV凭借威猛的外形、澎湃的动力以及奢华的内饰,被称为SUV中的“超跑”,桀骜不驯的车身线条赋予了FX35十足的战斗气息,风头一时盖过宝马X5、奥迪Q7。如今,FX35早已停产,英菲尼迪品牌风光不再,今年1—7月,东风英菲尼迪销量仅为4569辆,月均销量不足700

辆。虽然英菲尼迪表示没有退出中国市场的打算,但这样的销量表现实属惨淡,市场存在感已经十分有限。

日系豪华品牌已不符合时代潮流

为何日系豪华品牌沦落至此,就连雷克萨斯也将“失守”?随着购车群体更加年轻,个性化、智能化、运动化的汽车渐成主流消费趋势,凸显个性的产品越来越受欢迎。近年来,包括“BBA”在内的多家豪华汽车品牌,都在不断贴近年轻化的需求,塑造运动化的形象,连一向主打商务风的奥迪A6L,也减少了木质内饰的使用,换上了符合当下审美的多屏幕。而日系豪华品牌依然中规中矩,沉稳有余,改款、换代缓慢,显然不符合年轻人的胃口。

同时,国内汽车市场新能源浪潮已经来袭,这些30万元级别的新能源汽车,加速性能强、智能化程度高,配置和使用体验远超同价位的豪华品牌汽车。当比亚迪汉、理想ONE、蔚来ES6、小鹏P7等新能源车型销量越来越高,连“BBA”都受到了不小的冲击,不得不加大畅销车型的优惠力度。反观雷克萨斯,在性能、智能化等层面完全落于下风的情况下,依然没有收起“高傲”,延续着加价购车的“传统”。其中,以最畅销的雷克萨斯ES为例,其入门版本2.0L车型的加速成绩在10秒开外,动力被完全“秒杀”;在智能化方面,更是毫无可比性。当前,如果说“BBA”尚能凭借品牌影响力与国产新能源一战,而以雷克萨斯为代表的日系豪华品牌则毫无还手之力。

□达州日报社全媒体记者 任墨藻

潮流风向标

汽车

旅游·汽车
美食·娱乐

周刊

11

2022年9月23日

星期五

1858060002

□主编:洪叶
□责编:任墨藻

了解更多达州本土资讯,请扫描二维码,关注达州晚报客户端——云达州APP。



安卓系统



苹果系统