

好消息不断 经销商仍叹“压力山大”

进入新年的第二个月后,随着各主机厂“商务年会的“胜利召开”,利好消息纷至沓来,上海的汽车经销商们逐渐缓过神来了。此前,因车市低迷、高位库存、政策不明朗所带来的巨额亏损和职场挫败感,如同愁云惨雾,已经深深地笼罩了他们半年之久。

即便如此,不少经销商表示,主机厂态度再好,商务政策再诱人,由于经济的不景气,2015年汽车销售压力依然“山大”。

补贴降低亏损

历经宝马、丰田等品牌经销商的联手反抗事件,主动示好已成为其他品牌主机厂召开经销商年会的主题。

虽然一月份店里只卖出60台车,整体销售非常不景气,但作为投资人,张先生并不觉得“透不过气来”。去年年底因销量不佳引发的压库和巨额亏损,张先生曾一度满腹挫败感。

他心情迅速改变,就在于前几天参加了主机厂的商务年会。年会上,“主机厂很直白,品牌总经理第一个发言,一开场就主动提出补贴,并承诺放宽补贴考核、库存合理化。”张先生笑着说,大家一听都很激动,拼命鼓掌。“每一家的补贴数目不尽相同,不同车型有不同

的补贴,之前统计全国有近60%的经销商亏损,补贴一下来,亏损的不到四成,其中还包括新店。总的说来,经销商们都很满意。”

年会上,主机厂还按照合作时间长短,给4S店的投资人“厚厚一沓”的现金奖励和最新的苹果手机。“钱不在乎多少,但最起码主机厂的态度改变了,重视投资人的利益和信心,这是个好事情。”

商务政策趋好

除主动给补贴平息经销商心中的怒火外,不少车厂积极地公布了2015年新车的上市时间表,还谨慎地宣布全年销量总目标。

例如,北京现代2015年销量目标为116万辆,目标增长率仅3.5%;丰田汽车同比增长12.5%,2015年目标销量为110万辆,同比增长6.8%。“销售目标制定得很现实,但不再像以前那样大跃进了,增幅降低,库存会相应的降低,没有销量的自我施压,主机厂会从强迫市场接受转变成引导市场消费,经销商也不再盲目地做一个推销员了。”

此外,往年严格的经销商销售考核、用户满意度考核等,主机厂表示将适当放宽,并将尽量满足热销车型的车源供应。有东风日产的经销商表示,“6月份起,东风日产将有三款新车上市,如果真的做到

了新车供应充分,且上海地区各家店的库存回落到1:1.2,那售前利润还是能保证的。”

需求有望释放

自去年年中宣布自贸区将放开平行进口汽车交易以来,宋先生所在的大众进口车4S店销量一落千丈,月平均销售由此前的80台,陡降至30台,而坊间盛传平行进口汽车价格极其优惠,是4S店报价的8折甚至更低,宋先生和他的同事们情绪一度非常悲观。但2月份以来,形势逐渐明朗,随着平行进口车交易中心的正式开放,宋先生感到“靴子总算落地了,车价并不像之前说的打八折,再加上4S店已有的售后维修优势,持币代购的客户会逐渐回到4S店买车的,销量肯定会有所增长。”

持此观点的人不在少数。有奔驰、路虎等品牌的经销商表示,平行进口车价格上优惠并不算太多,但售后服务没有保障,不少客户不想在维修保养上给自己添麻烦,有意愿尽早过来下订单。

车商忧虑难消

即便有利好,经销商们仍为2015年的销售形势捏把汗,坦言“压力山大”。他们的判断来源于刚刚过去

的1月份并没有出现往年的销售火爆情景,“开门红”已成追忆,“往年拿了年终奖,很多人都会跑来买辆车,有些人开回老家过年,有些人是为春节出游做准备,还有些人觉得置换一辆新车过年有面子。但今年连年终奖的声音都很少听到,看来经济大环境不够理想,汽车销售很难独善其身,2015年整体走势可能会不好。”

元月的不火爆也带来新的忧虑。去年底的库存都寄希望于1月份消化掉,而今年2月份适逢春节,有效工作日很少,买车的人更少,库存极有可能回归不到正常水平,那全年的销售节奏可能要全部打乱,这在以往是不多见的。“新年开门红、红5月、金九银十,全年就这几个销售旺季,如果全部没起色,那全年毫无希望可言。主机厂多少会把压力转移到经销商这里,到年底我们的日子可能又会难过。”

此外,有经销商抱怨,有些政策的出台让他们措手不及。前不久,上海对新能源车上牌政策做了调整,充电桩成为了新能源车上牌的必要条件。这一变化令不少去年年底提车、尚未来得及上牌的车主猝不及防,很多客户直接到店要求退车。而越来越难拍到的上海牌照,将不少经济型轿车的潜在客户直接拒之门外。

姚琼

上海二手车交易一波三折

“上海2014年汽车二手车交易40万余辆,同比增长11.79%。其中轿车265351辆,同比增长12.35%。”这是上海市二手车行业协会日前披露的信息。

上海市2014年二手车市场实现交易量430610辆,与上年比增长11.33%。二手汽车交易406002辆,同比增长11.79%;二手摩托车交易10507辆,增长6.59%;其他类二手车14101辆,增长2.64%。二手汽车交易中,客运车373229辆,同比增长14.89%;其中轿车265351辆,同比增长12.35%。货运车32773辆,同比下降14.49%。

本地车牌额度新政和外地限迁政策,使得2014年二手车市场走势一波三折,决定了上海二手车市场的新特点。

1月,实施新政:凡使用新增额度上牌车辆,3年内不得带额度过户;二手车带额度过户转让后,6个月内不得退牌或转籍。受新政影响,上海二手车交易量,持续数月呈现同比下降。

5月,市府有关部门再次重提在用额度并轨方案,将全面禁止非营业性客车带额度交易。额度并轨政策信息,提前释放,提前效应明显。该舆论一出后的几个月里,二手车交易量同比一路上扬,10月创历史新高,突破5万辆,达54413辆。市区内过户交易量,全年增加至148142辆,同比增长10.01%。

11月起,额度并轨新政正式实施,交易量就陷入下滑通道,11、12两个月的交易,与上年同比,下降12%左右。其中12月份市区内交易量降至6629辆,同比大幅下跌46.85%;沪C号牌成为二手车经销业务中解决收购环节矛盾的主要方向,全年沪C号牌二手车交易量204863辆,同比增长25.69%。

受外地限迁力度加强的影响,本市二手车转至外地的交易日趋困难。以往达成交易的二手车,往往有近三分之一转出,而2014全年转出交易量仅77605辆,同比下降7.97%。

张伯顺

全新英朗呼之欲出 中级车市又添强手

上海通用日前公布了别克全新英朗官方外观与内饰图片,随着上市的脚步临近,这款新车的关注度也日益升温。作为开启别克中级车全新战略布局的重磅战略车型,全新英朗采用别克新一代产品高效造车理念,具有简约动感的外观设计、高效舒适的内部空间、高效敏捷的动力操控以及高效全面的安全配置。英朗的到来,显然将在主流中级车市场引起不小的震动。

全新英朗的外观设计融汇了别克Riviera II概念车的设计精髓,整体车身造型简约动感。内饰则以细腻精美的做工结合高品质用料,凸显高档精致。通过全新的短前、后悬与高效的

人机工程设计,全新英朗的头部与膝部舒适度显著提升,而后排空间更是领先同级。

新英朗将采用18T以及15N两款别克全新一代高效动力总成。其中18T车型搭载1.4T DVVT涡轮增压发动机与7速DCG智能双离合变速箱,15N车型搭载1.5L DVVT直列

四缸发动机与全新6速



热度急剧升温 凌渡前景看好



尽管遭遇了一些网络风波,但是上海大众于1月初上市的首款高级轿跑Lamando凌渡的市场热度却有增无减。趁着经销商处的新车陆续到店,记者日前探访了一些上海大众4S店,发现前往展厅看车、咨询的

消费者络绎不绝。据介绍,自预售启动以来,凌渡上市两周内日均新增潜在客户突破2000人次。

不少到店看车的消费者表示,凌渡锋芒动感的轿跑造型是吸引他们的最大亮点,而在接下来的试乘试驾环节中,凌

渡精致时尚的内饰、强劲高效的动力与各种智能科技配置,则带来了更多惊喜。不到15万元的起步价格,也让不少消费者觉得很接地气。已订了一台凌渡330TSI舒适版的李先生表示,他非常喜欢轿跑车,几经比较后发现凌渡就是他想要的这款车。

综合分析下来,凌渡的超高人气,源自其在造型、内饰、动力、科技等方面的核心竞争力。比普通轿车更低、更宽的车身带来的轿跑形象极大地提高了凌渡的印象分。

由于在细分市场中还没有类似凌渡这样的轿跑车型,因此这款新车的市场前景目前看来相当值得期待。

刘朝晖

车事聚议

车型约打群架何时了

过去的2014年对中国汽车市场来说又很特殊,最火的细分市场依然是SUV,只不过,最火的SUV变成了小型SUV,同比增长居然达到了54.6%,占据了SUV总销量的20%。一直知道小型SUV很火,但是没想到会火成这样。更令人想不到的是,小型SUV的主力军居然是自主品牌,其中江淮瑞风月销可以突破两万辆,成为小型SUV市场销量的冠军。

但是,我们也可以看到,越来越多的合资品牌开始涉猎这一市场。这对自主品牌来说不是什么好消息。其实,不管究竟谁最后成为了市场的赢家,这些都是市场行为,在市场经济下,一切市场行为都是合理的。我想不通的是,为何汽车品牌们如此喜欢约打群架。

小型SUV虽然增长迅速,但它终究不是最主流的细分市场,其生命力着实有限。可是,这些汽车厂商却不遗余力地来抢这份蛋糕。虽说在商言商,哪里有钱赚就往哪里去无可厚非,但是,我怎么就觉得少了点所谓的追求呢?曾几何时,某些品牌为了迎合消费者口味生产的车型让人鄙视,但是现在看来,这已经成为了一种风气。在技术和设计上有更多追求的品牌越来越少,更多的就是现在流行啥,工厂就生产啥。

个人更喜欢有个性的品牌和车型,我也希望能出现越来越多的个性品牌和车型,当中国汽车市场成熟了,中国消费者对车的认识也成熟了,那个时候大家该不会像现在这样约打群架了。

小党

观致得墨菲,能否默默飞

日前,前通用汽车(中国)董事长兼CEO墨菲已经加盟观致汽车,出任新CEO。

回望观致品牌2007年创办至今,共推出三款车型:观致3轿车、观致3五门版两厢车和观致3都市SUV。但这“三观”的销量表现远不及预期,总计售出约7000辆车,远低于其常熟工厂15万辆的年产能。

平心而论,观致的产品设计和质量毫不含糊。真正毁“三观”的,是其错误的品牌定位以及营销策略。一线城市精英们似乎不愿为这一毫无品牌积淀的、装配自主车企发动机,价格又不占优势的全新产品买单。此外,观致与奇瑞扯不清理还乱的发动机配套关系,经销商拓展的迟滞不前等,均使其错过了开疆拓土的大好机会。

由于亏损累累,观致的以色列股东甚至已经考虑过撤资问题。现在,留给这家新锐车企的时间或许已经不多了。

墨菲和孙晓东带领下的观致,是继续在沉默中沉沦,还是触底反弹,让我们拭目以待。

罗裕

大众进口车拨乱反正

近日传出一条消息,上海大众汽车VW品牌进口车业务有新变化:自2月1日起,上海大众获得了进口夏朗在国内市场的独家销售权,而进口大众经销商在消化完库存后将不再销售夏朗。2013年9月,上海大众汽车VW品牌启动了进口车业务。2014年全年,大众进口车实现销售8.1万辆,其中,上海大众汽车销售9000辆,超过整体销量的11%。

上海大众的经销商卖大众进口车卖得好,其背后的事实却是原来的进口大众经销商的生存空间受到了极大挤压,以致前不久传出了许多进口大众经销商不堪重压,准备“造反”退出的新闻。据悉,此次上海大众在获得进口夏朗独家销售权的同时,其经销商今后将不再销售其他大众进口车型。

对德国大众来说,既希望扩大进口车卖得好,又不情愿将进口车销售业务全部交给合资企业,毕竟这是自己的一亩三分地,岂能拱手相让。如今将渠道互补的合作形式,改为根据销售车型进行划分,德国大众也算是对进口车业务进行了一次拨乱反正。当然,效果能否令各方满意,需等来年再议。

张云