

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第 691 期 | 2017 年 7 月 12 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

新一轮价格战能否扭转车市乾坤?

今年上半年,国内汽车市场呈低迷状态,给近年来一路高歌猛进的中国车市泼了一盆冷水。在销量走低同时,经销商库存预警指数始终处于警戒线之上。眼下刚进入下半年,新一轮价格战早已打得如火如荼,降价能否扭转车市乾坤?

开启“官降”模式

从5月起,长安汽车率先发起官方降价活动,基本涵盖全部主力车型。其中,CS75全系“官降”1.4万元、CS35全系“官降”1.1万元、逸动和逸动XT全系“官降”1.1万元、睿骋全系“官降”则高达1.8万元。长安汽车的这一纸官方降价令激起车市涟漪,其他车企马不停蹄发动了新一轮价格战,江淮汽车明确列出旗下各品牌车型的降价政策,降价幅度在1000-8000元不等;陆风X5、上汽通用五菱宝骏560等相继推出了降价优惠活动。

作为自主品牌SUV细分领域销量冠军的长城哈弗H6同样采取了官方降价活动,哈弗H6老款降价2.6万元,除此之外其他车型采用的是10亿元红包补贴的方式,即买车送现金红包+服务红包的方式,这一活动涉及到哈弗全系车型。自主品牌抛出的“官降”戏码,显示出国内

SUV市场进入乏力期。

合资品牌和自主品牌打起价格战自然不甘落后,长安福特翼虎车型全系降价幅度在5000-18000元不等;上汽大众帕萨特优惠最高幅度可达3万元,丰田卡罗拉降价1.2万元。其实,这一轮的价格战是从豪华品牌开始的。今年3月,奥迪和宝马的相关竞争车型优惠幅度甚至超过10万元。除了第一阵营,凯迪拉克、路虎、沃尔沃、英菲尼迪等二线豪华品牌也走上了借助降价拉升销量的“捷径”。今年以来,凯迪拉克、路虎、宝马和沃尔沃旗下的四款车型降价幅度超过20%,20万元至52万元成为价格战最激烈的区域。

眼下车市已进入7月,绝大多数车企因未完成上半年销量目标,都把希望寄托于下半年,一场由各大车企主导的2017年价格大战已全面打响。今年与往年不同的是,媒体保持了淡定态度,不像过去那样在宣传上推波助澜,而实际上今年的价格战是空前的,力度、覆盖面都非常广。可以预见,下半年随着越来越多的厂商开启“官降”模式,这场大战或将愈演愈烈。

绝非长远之计

上一轮各车企同时加入价格混

战还是在2015年,今年车市的低迷让价格战卷土重来。中汽协会数据显示,1-5月,乘用车累计销量仅同比增长2.6%。车市增速的放缓也让各大车企销售受到了不同程度的影响。

部分业内人士认为,今年年初汽车购置税的调整是造成上半年汽车市场销量增速放缓的主要原因之一。一名汽车行业知名评论员认为:“购置税的变化,使得市场竞争加剧,一些相对能力较弱的车企所面临的压力增加,降价也是缓解这种压力的一种方式。”乘联会秘书长崔东树表示“车企的官方降价行为可以看作是车企根据市场进行自我调整的一种措施,以此来应对销售压力,清理库存,保证销量。”江淮汽车销售部门也表示,“面对市场低迷状态,经销商的销售压力,通过降价促销可以保证销量。”

更多人士则认为,官方降价虽能帮助车企实现销量增长,但绝非长远之计。虽然在车市低迷的大背景下,官方降价或许可以缓解库存压力,达到短期“救市”的目标。然而,从长远发展来讲,大规模的官降对于品牌发展难有正向作用,并不能培养用户的忠诚度以及维护企业的品牌形象。持续的价格战不仅会

增加消费者的观望态度,也会影响企业的收益和利润。如果车企一味拼价格,受到损伤的只能是整个中国的汽车工业。今天的消费者已经不再简单地为了某款车降价而狂喜,面对变幻莫测的汽车市场,心态已经平稳了很多,降价已经失去了往日的“杀伤力”。随着汽车文化和汽车知识的普及,消费者对汽车的功能配置、技术参数和市场价格都有了比较深入的了解,仅仅靠降价的市场手段,已经难以吸引消费者的注意力了。

“服务战”势在必行

事实证明,过度价格战并没有什么好处,中国车企应该在“价格战”之外下功夫了。环顾发达国家车市,价格并非主要的手段,车企纷纷在产品的技术含量、质量上下功夫。特别是在汽车产品越来越同质化的今天,售后服务俨然成为汽车企业决胜市场的秘密武器。

众所周知,产品与服务是一个企业能否切实满足消费者需求的两大硬指标,在汽车行业也不例外。汽车售后服务,其核心是如何把服务融入产品中。服务能力越强,市场差异化就越容易实现,它不仅增加了产品的附加值,而且牢固了顾客关

系。因此要想驾驭未来汽车市场,建立良好售后服务已是各大车企的关键所在。德国大众有句名言:“第一批车是由销售人员卖出的,而后的车是由良好的服务卖出的”。毋庸置疑,售后服务已成为21世纪车企的核心竞争力。

长期以来,国内厂商对于“价格战”一直乐此不疲,但在售后服务方面,却大大滞后于国外企业,原因是保修期越长,厂家承担的负担就越重。如果大批车辆在保修期内发生故障,厂家将付出巨额的维修成本,甚至还有消费者的索赔,因此在售后服务的竞争方面积极性不高。

然而,随着技术的日趋成熟和市场的不断发展,未来消费者将更加追求高品质产品和服务,要求享受全球同等的销售、售后服务的呼声愈演愈烈。我们务必认识到“爆发式”增长的中国车市已成历史,而市场已不会再有第二次机会,不尊重市场和消费者的企业,最终只能成为“出局者”。对于厂商而言,在“价格战”及各种促销已难以收到明显效果之时,拼“价格”不如拼“服务”,提供更长的保修期、更完善的售后服务这一深层营销策略可以说

是势在必行。

雍君

**TOYOTA**
车到山前必有路 有路必有丰田车

**全新RAV4 荣放**
城市SUV先行者

**RAV4 荣放**

英雄劲礼

劲情英雄礼
● 正版酷漫 荣放相送

劲爆回馈礼
● 0元升级

劲动联盟礼
● 0利率 2年免息
● 至高6000元置换礼遇
● 5年或5万公里保养机油全免
● 店头试驾 成交有好礼


一汽丰田官方微信

本地区经销商(排名不分先后)

**TOYOTA**
安心 安全 耐用

上海协通 021-69502929
上海市嘉定区安亭国际汽车城安驰路558号
上海和裕 021-64202880
上海市闵行区沪青平公路999号
上海东昌 021-50450000/021-96800
上海浦东新区浦建路1317号

上海永达 021-58965678
上海市浦东新区俱进路962号
上海天虹 021-50398888
上海市浦东新区沪南公路4546号
上海中汽 021-62232233
上海市普陀区宁夏路711号(轻轨金沙江路站对面)

上海中升 021-52708996
上海市普陀区金沙江路2033号
上海冠松坤晖 021-62502727
上海市普陀区真南路818号(中环线真北路真南路路口附近)
上海锦江 021-64645678
上海市徐汇区吴中路88号(近内环线)

上海冠松 021-65657890
上海市杨浦区淞沪路718号(近五角场)
上海万兴 021-65398777
上海市杨浦区黄兴路168号

**一汽丰田**

CROWN 皇冠 REIZ 锐志 COROLLA HYBRID 卡罗拉双擎 COROLLA 卡罗拉 COROLLA EX 花冠 VIOS 威驰 VIOS 威驰FS RAV4 荣放 LAND CRUISER 200 兰德酷路泽 PRADO 普拉多 COASTER 柯斯达