

2011年12月31日下午4点35分,位于辽宁抚顺的东风日产瑞晟专营店举办了2011年最后一场天籁交车仪式。在这场交车仪式后,瑞晟专营店也真正实现了“零库存”的目标。

在车市转冷的2011年,“压货”“滞销”渐渐成为了经销商之间交谈的主题词,而在此背景之下,东风日产在2011年最后一周,却突然传出了在全国多个市场陆续实现天籁“零库存”的消息,笔者2011年12月末分赴东风日产襄阳工厂和多地专营店,亲身见证这场2011年汽车行业的最后一个“奇迹”。

买天籁必须果断出手

“本来十月底就来东风日产的专营店看了车,当时我还抱着‘货比三家’的态度,到别的品牌那里看了几圈,还是没有中意的。结果半个月后我下定决心买天籁时,却被告知我看中的那个颜色已经没有现车了。”邹先生告诉笔者。事实上,进入11月中下旬,无论购买任何颜色的天籁,都要等上15-20天的时间。

东风日产抚顺东北汽贸瑞晟专营店的负责人告诉笔者:“没办法,天籁太好卖了。9月份以来,每天到店的10个顾客里就有六七个是冲着天籁而来的。”

在佛山顺德,急着要开车回家过年的老曹就选择了妥协。被逼急的老曹最后不得不做出一个“艰难的决定”:把展车给买了!

卖天籁是最幸福的事

“现在我们手上还有几十张天籁的订单,但我们的仓库里一台现车都没有。”东莞东风南方



龙平专营店的负责人说道。“天籁每次总部有车发过来,刚刚卸货几小时就会被排队的顾客提走。”

他还告诉笔者,一位在某日系主流品牌的同行,年底的日子过得并不如意。主机厂为了满足年度销售目标,在12月不得不靠“压库”的方式来实现,经销商们苦不堪言。某款知名主流中高级车与天籁“零库存”的命运迥异,单店库存水涨船高,可谓“冰火两重天”。上至经销商老总,下至每个销售人员,都承受着莫大的压力。

“相比之下,卖天籁是最幸福的事情。”这位销售经理感叹。

襄阳工厂满负荷运转

当天籁的新车主们在为等车而“幸福地烦恼”时,当东风日产的经销商们在为“无车一身轻”而欣喜时,东风日产襄阳工厂总经理陶晋则在盘算如何应付天籁产能紧张的问题:现在,专门生产天籁的襄阳工厂即便满负荷运转,一周开工六天,每天10个多小时,

依然满足不了市场的需求。

2011年,天籁总计卖出了156165台,去年年底的天籁库存加上今年襄阳工厂所有的生产量都已全部出清。

为了不让产能紧张而导致销售脱节,东风日产“异想天开”地推出了天籁的“预分配”系统。该系统可以让订车的消费者在“零库存”的情况下,通过买车身编号的方法下订单。消费者能提前一个月知道自己何时可以提车,同时获悉所订车辆从生产线下线一直到专营店里的全过程。这种把汽车当作期货来卖的做法备受消费者和专营店的欢迎,前者可以从这个高度透明的系统里收获耐心,而专营店也可以在现车紧缺的情况下招揽到客户。

不过,让陶晋松一口气的是,随着襄阳工厂中高级车改扩建项目的顺利进展,预计2012年年中天籁产能紧张的状况会逐步缓解。

谁是2011中高级车真正“冠军” 解读数字中的天雅之争

2011年中高级车市大战终于落下帷幕。从年中到年底,冠军一直在天籁和雅阁之间展开争夺。2012年初,中国乘联会数据显示,这场大战,最终雅阁胜出,摘得中高级车销量冠军。大战刚刚结束,硝烟尚未散尽。用数据解读的方式,更加能够深刻地、立体地了解这场大战。

11个月冠军与全年冠军

乘联会数据显示,1-11月份,天籁销量为140045辆,位列第二名的雅阁销量为135702辆。彼时,天籁依然领跑中高级车大势。12月份,风云突变。雅阁单月销量突然暴涨至25036辆,远远超过其2011年前11个月的平均1.2万辆的水平。最终,雅阁以160738辆的成绩夺得中高级车全年销量冠军。在市场正常的状态下,其销量增长是平均销量的2倍左右。

2011年12月,雅阁单月2.5万辆,创造了中国汽车业中高级车单月销量新高。但这个爆发着实令人不解,为何表现一直平平,12月能够突然爆发?其中原因何在?

总之,天籁在扎扎实实领跑11个月,最后一个月输给了雅阁。



零库存与7天1.18万销量

2011年12月31日,来自东风日产襄阳工厂的消息显示,天籁为零库存。来自东风日产销售系统的数据显示,全国有9个城市天籁库存为零,10个城市库存为零位数。

自乘联会的数据显示,2011年12月最后一周,雅阁销量为1.18万辆。这个销量或许成为汽车行业里,单一品牌一周销量最高纪录。2011年12月最后一周,并没有出现中高级车的井喷热潮,为何雅阁能够出现如此大的销量爆发?

2011年12月,单月销量2.5万辆已足够震撼,而1.18万辆的单周销量,更是前无古人,即使后来者,也需要很久以后才能来。

2.5L冠军与2.0L冠军

在代表中高级车地位和实力的2.5L排量方面,天籁远远领先其他两个日系中高级车,当之无愧成为了冠军。

数据显示,天籁2.5L排量级别销量为66721辆,而雅阁则为54043辆,凯美瑞为46393辆。可以看出,天籁还是以2.5L排量级别取胜。在2.0L排量方面,雅阁稳居第一,在超过16万辆销量中,2.0L级别销量超过了10万辆。可以看出,雅阁已经完全以2.0L排量为主力。

上述这些数字背后的故事在哪里?天籁和雅阁,到底谁赢得了2011?谁是真正的冠军?

中高级车市的“大魔术师” 全新帕萨特全力塑时代经典

龙年伊始,贺岁档影片《大魔术师》备受关注,其主创团队众星云集,其中11人曾荣获香港电影金像奖,获奖总数更是多达40次,阵容之豪华可谓前无古人。

而在中国车市,同样有一个备受关注,并载誉无数的车型——Passat。2011年,上海大众推出了全新帕萨特,全面搅动B级车市,俨然成为了中高级车市的“大魔术师”。其10款车型覆盖1.4TSI、1.8TSI、2.0TSI和3.0 V6多个排量,凭借史无前例的强大阵容和超越同级的产品价值,上市不到一年已经获得了包括CCTV授予的“年度最受市场欢迎车型”奖以及新浪“2012年度车颁奖盛典”颁出的全场最大奖项“年度车型大奖”在内的近40个权威奖项,而Passat品牌进入中国12年来更是已经摘得百余桂冠,成为了中高级车市的一块“金字招牌”。

中坚力量喜迎开门红

于去年4月最早上市的1.8TSI、2.0TSI车型可以说是全新帕萨特系列车型中的中坚力量。作为首批投放市场的车型,它们果然不负众望,一亮相就引起了消费者和业内人士的广泛关注:全新的外观将现代科技灵感与传统美学气韵融会贯通,线条明快、豪迈大气,从前脸的Dynamic Balance横拉式镀铬格栅,到LED行车灯组等全新的设计元素,无不令熟悉了过去帕萨特经典造型的中国消费者耳目一新、啧啧称奇。与此同时,全球领先的“TSI+DSG”黄金

动力组合加上自动泊车系统、KESSY无钥匙进入一键启动系统等超越同级的高端配置更是将这款产品的价值提升到了一个新的高度。

节能之星顺应环保趋势

来到9月,全新帕萨特的销量已如日中天,1.4TSI排量的两款车型也随之上市。值得一提的是,这是1.4TSI排量的车型在Passat品牌中的首次亮相。在现代工业高速发展的今天,节能环保早已成为社会发展的大势所趋。在研发混合动力和电动车的同时,传统内燃机仍将在很长一段时期内作为最主要驱动方式而存在。全新帕萨特1.4TSI的出现,可以说是为当下国内的B级车市场,树立起了节能环保的全新标杆。

在TSI+DSG的“协同作战”下,全新帕萨特1.4TSI以其更加出色的燃



巅峰之作豪华再升级

11月,全新帕萨特V6的上市以其雍容尊贵的王者风范奏响了全新帕萨特系列高端豪华的最强音,这也是3.0排量的V6发动机在上海大众Passat品牌下的首次出现。

车如其名,既然名字叫做“V6”,那么这辆车最为精华的部分自然非V6发动机莫属了。这款由大众汽车集团狼堡总部全新研发的3.0升V6发动机融入了包括分层喷射技术与连续可变气门正时系统在内的多项全球尖端技术,其额定功率184KW,最大扭矩高达310NM,配以专为V6车型设计的增强型6速DSG双离合变速箱,百公里加速成绩可达7.4秒,带给车主更为爽快淋漓而又尊崇备至的驾乘体验。

作为一款彰显极致奢雅的巅峰之作,全新帕萨特V6还为消费者带来了全新的内饰选择:棕色Nappa真皮座椅,其源自1875年的奢华制造

工艺,加上高档黑色内饰和大面积的桃木纹装饰,精雕细琢的风格浑然天成。同时,后排领袖尊享系统也在V6车型上再次实现了华丽升级:后排乘客除了可以享受空调温控优先设计、220V车载电源、后排隐私尊享玻璃、后车窗电动遮阳帘、副驾驶席位置后排可调等全面的功能之外,V6车型还特别配备了后排双屏娱乐影音系统,使漫长的旅途也不再寂寞。

为上海大众的重量级车型,全新帕萨特全系产品不仅延续了Passat品牌的辉煌荣耀,更是凭借开拓创新的进取精神完成了对经典形象的再次超越。在刚刚过去的2011年,其上市以来卓越的市场表现更是助力Passat品牌荣登年度中高级车销量冠军,成为了国内B级车市名副其实的王者。在新的一年里,上海大众Passat品牌也已做好了充分的准备,将力求在市场表现和品牌形象上取得新的突破。