

汽车周刊

林肯中心一日三店“落子”中国 A34

华晨汽车发布新品牌“华颂” A34

东风英菲尼迪国产 Q50L 下线 A36

本报经济部主编 | 总第 562 期 | 2014 年 11 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

金九银十 沪上经销商反叹“没钱赚”

金九银十销售旺季基本已经过去,与不少整车厂家漂亮的销售账面数字相比,上海各大汽车经销商们却没有了往年的欢快笑脸。走访各汽车品牌多家经销店后,听到更多的,是经销商们大倒苦水,“新车让利了,生意还是不好”、“淡季不淡,旺季也不旺”、“库存压力越来越大”、“没看到金九的‘金’,也没看到银十的‘银’”……甚至有经销商当场列数字算账,表示“亏损有可能上千万”,而且“未必是这个品牌亏损最严重的”。

2014 年的金九银十,汽车销售真有那么苦不堪言?

降价也拼不出销量

“淡季不淡,旺季不旺”、“平淡年”是大多数经销商对 2014 年年景的评价,其中既包括市场炙手可热的德系品牌,也包括市场销量趋冷的日系品牌。

为了在销售旺季拉出一张较为完美的成绩单,经销商们都使出了“大幅让利”这一撒手锏。在豪华车

市场,走量的宝马 5 系最高让利 13.5 万元、奥迪 Q5 最高让利 8 万元;在中高级车市场,日系品牌是降价主力军,广汽本田雅阁官方降价 2 万元、广汽丰田凯美瑞最高让利 4.3 万元、东风日产天籁最高让利 3.2 万元,而最为凶猛的,则是北京现代的第八代索纳塔,最高优惠 7 万元;在 A 级车市场,东风本田新思域让利 1 万元、长安福特福克斯全系让利 1.3 万元、一汽丰田花冠最高让利 3 万元,连新晋小花旦雷凌,也有 1.1 万元的让利。进口车方面,有经销商喊出“车型最高让利 12 个点”。

但如此种种的“亏本销售”,在经销商看来,都没有得到销量火爆的回馈。“观望的人越来越多”、“来店量跟以前差不多,签单率却低很多,同比下降了 20%”、“八月份卖 80 台,九月份也还是 80 台”。

而与此同时,4S 店的库存却在稳步增加。有美系品牌经销商透露,目前的库存比大概是 1:1.6,每个月都会有十几台车库存,库存期达到 6 个月,“领导压我们赶紧卖掉,因为这些车都是全款进货的,多一天的库存,就多产出一天的利息,如果让利能让资金周转起来,我们的压力就会小很多。”而有日系品

牌经销商却透露,前几年一直畅销的某款 SUV,单车型的库存比已经超过了 1:5。

同城竞争太激烈

“汽车销售的竞争越来越激烈了,我们既要和竞争对手抢市场,又要和同品牌 4S 店抢销量”。

有经销商表示,上海市场的销售主力,是 10 万元至 25 万元之间的经济型轿车和中高级车,但这一区间仅合资品牌的主流车型就接近百款,某些豪华品牌车型价格下探后又分流了部分中高级车客户,自主品牌也凭借性价比优势吸引了很多经济型轿车的消费者。“已经看不出哪个市场是一枝独秀,每个细分市场的竞争都很充分,即使是 7 座 MPV,消费者也可以在 10 款车型里面精挑细选。”

与此同时,2010 年的市场井喷,让很多投资者投入重金砸进汽车销售行业,这和主机厂扩大销售网络、抢占市场占有率的发展策略不谋而合,直接造成了新 4S 店的大批涌现。通常情况下,为了提升知名度,扩大客户保有量,新店都会进行让利促销,这直接引发了同品牌价格恶性竞争,慢慢发展后,会进一步摊薄老店的售后维修利润。

新政策引发观望

为何签单买车的人会减少?有经销商认为,这主要是最近颁发的汽车销售政策,让消费者更多地采取了观望态度。

10 月 1 日起,国家工商总局正式停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商的备案工作,这被认为给原来一直游走在汽车销售灰色地带的非中规车,即业内俗称的“平行进口车”的进口合法化提供了依据。

伴随这一消息的,是“进口车降价 15%~20%”,这直接导致了不高端进口车潜在消费者的持币观望。当时有部分经销商认为,消费者不从 4S 店买车,但还是要到 4S 店做维修保养,损失点新车销售利润、增加售后维修保养利润,整体来说还是有盈利的。但直到现在,平行进口车怎么买,大家还是摸不着头脑,4S 店即使 9 折销售新车,消费者还是不为所动,原先所设想的售后利润增长点也就无从谈起。

在上海地区,拍牌也左右着新车销售。据了解,目前新车上外地牌的省份已经远到贵州省,很多消费者不愿意去那么远的地方上牌,转而一门心思拍沪牌。但拍上海牌照

已不是钱的问题,而是运气,有经销商表示,70%~80%的客户,就是因为牌照拍不到而一直不签单,严重影响了销量。

返利多少是未知数

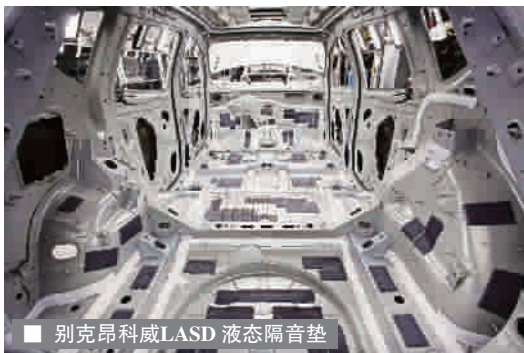
也有经销商表示,售后利润并不如外界传言的那么丰厚,如果年底主机厂给的新车销售返利到位,目前账面的亏损都是能拉平的。但无论如何,销量的低迷直接影响了 4S 店的利润,也影响了销售人员甚至是管理中高层的收入,带来了直接的消极情绪。

据了解,现在主机厂给的返利,并不是单纯以销量的完成作为依据,还包括店面布置的规范、服务的热情周到程度等。“返利综合考量分数的人为左右空间很大。如果大家销量都不好,主机厂为了给大家鼓劲,会在其他方面打高分,最后年终返利会好看很多。但如果有一两个月不提车,主机厂会认为 4S 店销售不积极,打底综合得分,最后年终返利会很少。有时候主机厂即使认为今年销量不太好,但去年经销商赚太多或者预测明年会有多款畅销新车,也还是会给微薄的年底返利。从今年的情况来看,一切皆有可能,具体看怎么谈了。”

姚琼

SUV 的车身刚性与静音性如何提升

解析别克昂科威的制造工艺



■ 别克昂科威 LASD 液态隔音垫

日前,别克全能中型 SUV 昂科威已经陆续到店,26.99 万元的起售价和超越同级的产品竞争力,显露出昂科威的诚意和市场决心。如果你想进一步了解昂科威,那么除了它的造型、性能和配置外,了解这款新车在制造工艺上下了哪些功夫同样很有必要。通过此文,我们将从安全与静音两处切入,带你一探别克昂科威的“内在底子”究竟如何。



■ 别克昂科威超越同级的被动安全系统

■ 八横四纵车身结构+ 75% 高强度钢材,打造多 10% 安全

车身结构、材料及工艺设计是影响整车安全性的重要元素。昂科威采用了“八横四纵”的车身结构,将成员舱全方位立体包覆。同时在车身上大量采用高强度钢和镀锌板

材,不仅保证安全性,并实现车身轻量化,更拥有优异的防腐性能,满足全地形复杂工况对车身强度和抗腐蚀性的要求。据悉,昂科威的车身高强度钢材比例达到 75%,其中屈服强度在 800MPa 以上的超高强度钢材达 13%,最大抗拉强度钢材达到 1700MPa,在同级车里表现突出。昂

科威在 A/B 柱,铰链柱,车门防撞梁,雪橇板,车底横梁,纵梁等 32 个部件使用先进的热成型工艺,在门槛梁上采用了先进滚压成型工艺。此外,昂科威的前后防撞梁都使用全铝型材,采用挤出成型的 B 型闭口结构,搭配后保险杠铝质吸能盒,达到高标准的防撞性能,领先同级。

在车身制造工艺方面,昂科威的前引擎盖由内外两片全铝板通过自冲铆接技术连接而成,内板采用格状镂空设计,保证了前盖强度的同时,提升行人保护能力,也确保了美观效果。铝质的前盖相对于传统钢盖减重 7.5kg,对于整车油耗的降低也有帮助。车顶与车身部位,昂科威采用了激光钎焊技术,达到美观和良好的隔音与密封性。

整车振动与噪声控制上更上层楼。一是昂科威采用了融合新材料与新工艺的 LASD 液态隔音垫,它是一种液态车身隔音减振材料,具有绿色环保、重量轻、隔音防震效果好等特点。昂科威也是国内首批采用 LASD 工艺的国产车型。

另外,昂科威全系还标配了 ANC 主动降噪科技,通过车内三处麦克风进行拾音,实时侦测发动机与环境噪音,进而通过扬声器释放与噪音相位相反的声波,以此有效抵消噪音。该配备即使在国内豪华品牌 SUV 车型中也属罕见。

看得出,别克在昂科威上下足了功夫。作为通用全球新一代战略产品,昂科威不仅仅在造型设计、内饰空间、动力与四驱、科技配置方面拥有明显的领先优势,同时在我们看不到的地方,它也用“多 10% 精神”力求做到精益求精、同级领先,用产品实力来打动消费者。

■ 同级唯一 ANC 技术+ LASD 工艺,创造多 10% 的静音

昂科威采用别克 Quiet-Tuning 专利静音科技,通过噪音阻隔、吸收和降低等方式,打造图书馆级的静谧座舱。比如其车身内部空腔采用隔音发泡材料填充,前驾驶舱使用 5mm 声学夹层风挡玻璃,以及在车身各处采用的不同吸音材料与降噪处理工艺等。

除了别克专利静音科技,昂科威还有两项重大突破,令其在 NVH



■ 别克昂科威 2.0T