

# 汽车周刊

本报事业发展部主编 | 总第570期 | 2015年1月21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

市场销量没起色 新年政策无方向

## 沪上汽车经销商2015年迷茫中启航

每到新年,几乎所有的人都会说“新年新气象”之类的话语,语气中充满了希望与正能量。

但经过对沪上多家经销商的走访发现,新年的开始,对他们而言,并不意味着一切可以重新开始。相反,整个市场依旧没有起色,经销商们肩上依旧压着销售重担,仓库的库存车依旧存在,资金链依旧似断非断。

而与往年不同的是,由于主机厂的2015年商务政策尚未出台,或者经销商的联合诉求没有得到反馈,再加上今年国家各项新政策已经渐行渐近,如《汽车销售管理办法》、上海发布的《关于在中国(上海)自由贸易试验区开展平行进口汽车试点的通知》等等,在没有惯例可循的2015年,到底该如何卖车,大家都是一头雾水,“看不清方向在哪里”。

### “市场没起色”

问及新年第一个月的销量,经销商们大都表示没什么亮点,“车价稍微有所回升,销量和去年12月份持平,但比去年同期差很多,表现很一般很一般。”同时他们也纳闷,“油价都十二连降了,用车成本降了不

少,来买车的人怎么会更少了?”往年揣着年终奖或者预支年终奖来买车的人比比皆是,今年1月份“几乎没有遇到过”。

市场没有起色,浇凉了不少一线销售员的热情,“老板脸色也不好,新年一开始总不可能就开个大亏吧。”

### “没有方向”

某进口车商表示,“这个月的销售与上个月基本持平,销量在40台左右。车价优惠有所回收,但幅度很小,4千、5千的回收而已。和去年不好比,去年一月份价格就完全回收了,基本没让利。”

但他随后表示,1月份有多少做多少,没有强制低价买车求销量。一方面,此前,经销商对厂家有过联合请求,要求厂家对2014年的亏损进行补贴,但对方借故延期,“给个说法”没有时间表,连同今年的商务政策也难产了。另一方面,到目前为止,市场没有大的起色,很多消费者都是来店看车,然后等平行进口汽车政策的细则出来后,直接去自贸区买车,“消费者都觉得进口成交价都会降20%,既然有那么大的便宜,还不如再等等”,但这个政策到底

会如何,车源供应到底是怎样的分配,厂家到现在也没给经销商具体说明,“连基本的应对术语都没有传达”。

“厂家反应怎么这么慢,我们不知道;这车该怎么卖,我们也不知道,大家都很迷茫。”

### “先反抗再说”

“集团老板不是很好看2015年的销量增长,已经默许集团内的单店反抗厂家销售目标了。”

有经销商表示,虽然年度销售目标尚未公布,但从厂家分派的单月销售任务来看,今年销售目标比去年还高20%。“我们销售员看得直摇头,任务根本没办法完成。”在扭亏为盈这一最低目标下,不少集团销售公司已经自行下调销售目标,单方面忽略厂家任务,有的豪华品牌最高调低40%,“我们开始追求质的提升,不会一味地以降价方式抢客户资源。今年可能会少提车,降低库存,减少资金占有率。”

也有经销商坚定的表示,“我们有自己销售节拍,不会跟着厂家走。集团有些单店,打算不跟厂家签年终返利合同,不再刻意追求销量的完成,而是尽量降低库存,盘活资

金,争取每个月都不亏钱。价格是个杠杆,也许别的店让利多抢走了客源,但以后的事情以后再说吧。”

其他方面,经销商也开始精打细算,“以后主机厂要求协办的市场活动,我们可能会进行严格的财务审核和效果预估,花钱多见效少的活动,尽可能不去参加,钱会花在给店里带来直接效益的活动上。”

### “怎样卖出爆款”

诚然,1月上旬各车型接连上市,为整个市场带来了不少亮色。

很快,就有经销商泼冷水:“这像不像在打鸡血?”他分析说,炙手可热的某款新车,采取低价入市策略,宣传效果的确不错,让很多人看到了品牌的“大格局”,也看到了厂家的有钱和任性。但是,从价格公布到现在,新车的订单表现“很一般”,因为很多消费者发现,要凑齐那些本该就有的配置,价格起码要提升3万。而厂家提出的销售任务“很艰巨”,“看看心动却难有行动的车型,在这个市场屡见不鲜,消费者早就学会了见招拆招,这车接下来该怎么卖?”

此外,有些品牌的销售员对厂家的销售要求表示很难理解,“今年

还要再继续客户满意度,另外开始要求客户购买新车后,尽量上沪牌,可是沪牌那么贵,我们也没办法要求客户那么细致吧。”

与此同时,有厂家要求经销商尽可能多的参与网络销售。当然,这个网络销售不是简单的上淘宝、上天猫,而是在主机厂的购车平台上与客户交流,答疑解惑,让他们对所关注车型和品牌有更深一步的了解,然后在网上缴纳购车订金,随后到4S店谈最终交易价格,实现交易。“万一其他店直接低价竞争,我该怎么办?”

### “迷茫中的又一年”

一直被号称是市场新起点的二手车交易,在从业人员眼里,属于被遗忘的角落,“店面再大,车子再多,也只是冷清”。上海市场品牌二手车交易量一直都不大活跃,厂家除了口号喊得大、前景描绘得很美,其它也就没什么实际措施了,既没有市场活动,也没有广告宣传,被视为风向标的宝马、奔驰、奥迪都是这样,其他合资品牌更是如此。“厂家不重视,所有的市场活动和营销策略都靠我们自己摸索,很难,很迷茫。”

姚琼



标致也有道 悦我人生  
全新东风标致508 享驭而至



Blue-i



全新东风标致508,驾乘尽享的中高级杰座。

阅赏人生之高度,亦悦享生活之深度。全新东风标致508,驰骋之间,劲逐T+5TT高效动力的非凡动感,更尽逐心中万千所感;或收或放,Tech Drive智能操控将人车合一之境悄然传达;坐享其中,Global Design全球设计让取驭之美更显尊贵。阅享人生之杰作,唯有悦我人生之杰作。

截至2015年3月31日,订购即享“11诺万金”心赏礼,更一并奉上换贷礼,金融置换惊喜连连。详询当地经销商,或致电客户服务中心400-6877-108。

## 东风标致 508

同心同行 标新致远  
MOTION & EMOTION



PEUGEOT

301	307	308	408	508	2008	3008	4008	RCZ
上海宝狮 上海陆训 上海海标 上海森宏 上海中骋	徐汇区龙水南路201号1幢(近植物园) 普陀区曹南路829号 杨浦区国和路680号(近五角场) 闵行区吴中路1858号 宝山区共和新路5188号	54097880 52842266 55785808 34319916 51085866	54097307		上海纬业龙阳 上海纬业龙 上海冠隆 上海绿地国际	浦东新区龙阳路1277号 浦东新区金高路2330号 松江区松卫北路1189号第2幢 松江区沪松公路1225号	50591888 58991616 37006699 64591688	50594931 58996005