

汽车周刊

拿起手机,扫右边的二维码,关注《新民晚报》汽车官方微信——XMAN,即有机会赢得“新焦点”洗车券一份。
关注后输入您的:【姓

名+性别+联系方式+爱车品牌及车型(有车)+车龄(有车)],就能变身我们的专属汽车会员,有机会赢得我们送出的“新焦点”价值560元汽车光触媒一次。



本报事业发展部主编 | 总第610期 | 2015年11月11日 星期三 责任编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmw.com.cn

“双11”购车狂欢,是馅饼还是陷阱?

随着2015年“双11”如期而至,各大电商平台之间角力火拼的号角再次吹响。不过,值得提醒消费者的是,“双11”看上去很美,但究竟是馅饼还是陷阱?消费者须谨防风险,提倡理性消费。

火拼剑拔弩张

“秒杀”、“降价”、“满减券”、“抽奖”……原本是光棍节日的“双11”,如今俨然演变成了电商平台拼订单、拼销售额、拼优惠、拼营销的“比武场”。汽车电商纷纷使出浑身解数,杀手铜层出不穷。阿里汽车、汽车之家、跳板网、易车、搜狐汽车等多家汽车电商均开启了双11购车活动的平台。

汽车之家将今年“双11”的营销,称之为“试验田”。在价格层面,汽车之家主打“一口价”力促价格透明化,消费者所见即所得;在服务层面,尽量不出现提车周期长或没车可提的情况,用户下单后马上锁定车源,“保证价格和服务的确定性”。之所以称之为“试验田”,是因为双11这一天行业的“放量”效果明显,因此在与各方的合作谈判中,量级的提升有利于促进平时做不了的服务落地。

跳板网则根据汽车交易平台卖

车、买车板块切入汽车互联网,,此次拿足了现金做活动,主打B端市场,以经销商为切入点,改善传统行业转型互联网等老大难问题。

易车则主打车顾问,提升用户买车体验线下服务,多以汽车经纪人为主。并且易车重视用户互动,打出了闯关玩游戏赢优惠的创意,包括厂商补贴,爆款补贴等都是易车的卖点。搜狐汽车做足了特惠车项目的实践,为用户实现了“快捷、减少不必要的流程”和“价格更加优惠”的服务。

近两年垂直电商的网销模式快速崛起,剑拔弩张火拼背后,必将使今年“双11”活动更加完善,数据又添新姿。

质疑此起彼伏

去年“双11”,尽管不少汽车电商平台的成交数据都十分可观,但是诸如“伪优惠”、“先涨价再降价”、“暗箱操作”之类的消费者质疑声也此起彼伏,噱头式的优惠让很多消费者大呼上当。今年的热闹之中,又有多少真实惠?

从某猫商城发布的优惠信息来看,今年“双11”号称有数十款汽车大幅优惠,部分品牌更是给出汽车品牌官方指导价半价的诱惑优惠,

甚至还给出了半价抢车的攻略,乍一看优惠力度“空前绝后”。但事实上上半价车仅有100辆,且下单前XX名才行。回想去年某宝“双11”订单量达2.78亿,巨大的流量瞬间导致电商平台服务器卡顿,甚至宕机,抢前XX名付款难比登天。更何况还有专业刷单软件一马当先,在抢购开始的零点零几秒内便能将半价汽车这种“肥肉”抢食一空,作为普通消费者能抢到的几率微乎其微,让人有种被“愚弄”的感觉。此外,消费者在没有抢到半价车时,只能以普通的优惠价格购车。如果消费者交了定金没抢到半价车,要回定金还需要与汽车厂家协商,白白多了一层风险。

除电商平台外,近年来一些汽车垂直网站也开始“触网”,并推出自己的“双11”优惠活动。如汽车之家就推出了特价车型秒杀、购车赠实物奖品等活动,但具体的车型和秒杀数量等活动信息鲜见披露,颇具神秘感,吊足了消费者的胃口,不知葫芦里卖的什么药。

更有甚者,今年某汽车垂直网站推出了“疯狂购车节”“全民疯抢特价车”等活动,部分特价车降价甚至超过10万元,让人热血沸腾。然而,天下不会掉馅饼,多数特价车限

量仅1辆,普通消费者想抢到如同大海捞针。其实,很多消费者知道这些大多是噱头,但大部分还是不愿放弃机会,万一抢到了呢?对于这些想着万一的消费者,奉劝定要做足功课:手速、网速,甚至可以试试抢单软件。

狂欢后的反思

其实,短暂的“双11”促销只是一场营销狂欢。喧嚣浮华的光鲜背后,汽车电商的道路还没想象的平坦;而针对汽车电商的争论和质疑也一直没有停息。

一是汽车电商在很多方面都还不成熟;目前网上商城卖汽车的信任问题并未解决,汽车是一种强体验商品,用户往往还是追求眼见为实。没有眼见为实的确认,用户很难直接在网上产生真正的购买意愿。即便网上成交的汽车,还是要到经销商处提车,因此信任还是建立在落地的汽车经销商上。就算是在线上购买,最终还是要到实体店来核销码、体验、提车,线上购买反倒麻烦。网上购车活动目前宣传效应大过实际意义,更多时候只是个“噱头”。

二是汽车电商没有提升经销商的工作效率、也未减少营销成本。过

了“双11”之后,各电商网站售车页面就变得冷清了许多,不少电商网站的车型线上售价要高于4S店,或与厂商指导价并无二致。

三是在线上购车的支付便利性方面,目前汽车电商还谈不上。因为网购汽车的模式多数是在电商平台上支付一个订金,然后去经销商处支付余款成交。这实际上是一种迎合消费者网购习惯的妥协折衷,现阶段仍然离不开实体店的强力支撑。

四是许多汽车电商平台将过多的精力放到了库存的对接等一些细节问题上,实际上是误入了歧途。汽车电商发展的痛点不是尽快实现交车,关键是如何引导消费者的消费行为,满足其需求。

种种趋势表明,处于转折关头的汽车流通领域正在迎来一场重要的历史变革,汽车电商的热度将不断升高,其发展前景值得期待。长远看,汽车电商是大势所趋。但眼下还处于萌芽期的汽车电商在中国的发展道路远没有想象中容易,还面临种种问题,要做的事情很多,实现“真电商”尚需相当长的一个过程。汽车电商“双11”的成熟商业模式的真正形成,还有待时日。

李永钧

比双11更给力,第四届新民晚报市民购车节来了



扫二维码来现场
送新焦点洗车券
或其他精美礼品

大家注意啦!第四届新民晚报市民购车节马上就要来了。这里的优惠力度可比不少“双11”大多了,大到你想不到,而且现场签单,立刻拥有,这种感觉可是双11等待秒杀、等待快速时所很难找到的。这个周末,想买车想看车的别在家闲着了,虹口足球场,天大的实惠等着你呢。

作为上海极有影响力,覆盖面极广的报纸之一,新民晚报成为了上海消费者买车超值得信赖的推荐平台。创办于去年的新民晚报市民购车节更是成为了上海消费者购车理想的时机。过去的三届,每一届都在现场成交百余订单。第四届新民晚报市民购车节将于11月13日-11月15日再次降临虹口足球场。现场各大参展车商轮番登场,十余家进口及国产一线汽车品牌纷纷让利,用极优惠的价格满足购车者的需求。届时现场购车即送“大师”全车贴膜,更可参与抽取奇蒂安全座椅、千元消费卡、伊格灵车载净化器、新焦点汽车美容养护券等超值好礼,优惠力度超出想象。

第四届新民晚报市民购车节吸引了多家颇具实力的汽车品牌参展,包括东风日产、长安马自达、北京现代、广汽菲亚特、陆风汽车、长安福特、宝马、一汽大众、奥迪、雪佛兰、

上海大众、凯迪拉克、上海大众斯柯达、上汽荣威在内的汽车主流品牌悉数到场。他们不但带来了多款时下畅销的主力车型,还推出了全新的优惠政策。至于有多少优惠,到了现场就知道了,总之,不会让你白跑一趟。

购车优惠更给力

值得一提的是,众多参展商也为本次新民晚报市民购车节“量身定做”了优惠措施,拿出了极为给力的促销政策及让利措施,提供更多劲爆让利,同时还有多种优惠购车贷款金融方案可供选择。这种难得的机会仅限购车节3天,近期准备出手购车的消费者不容错过。

缤纷好礼大相送

在享受到车商优惠基础上,主办方也联合了众多知名相关品牌在现场进行礼品大放送,回报广大消费者。只要现场购车,即送大师车身贴膜,拿完车身贴膜还有机会再抽大礼,有机会获得奇蒂安全座椅、千元消费卡、伊格灵车载净化器、新焦点汽车美容养护券等丰厚礼品。面对比比皆是的超值巨惠以及现场总计百万大礼的诱惑,你还能Hold住吗?(具体活动信息详见现场海报)



现场购车,即送大师全身贴膜

车展 基本 信息

举办时间: 2015年11月13日-11月15日
举行地点: 东江湾路444号——上海虹口足球场(近地铁3号线出口)
活动周期: 3天
周边交通: 轨道交通3号线、8号线虹口足球场站
公交车辆: 139、52、597、47、863、70、97、854、991、机场四线等。
咨询热线: 021-52921234-639045、13761884238