

乘联会发布的4月份全国乘用车的批发销量为110.14万辆,同比增长15%,环比减少5.4%;国内实际销量97.18万辆,同比上升7.2%,环比减少6.5%。专家分析,从前四个月的整体销量来看,汽车市场进入复苏期。

但对上海地区各大品牌4S店的走访后笔者发现,奋战在一线的经销商们并不认可市场进入复苏期,反而大多数人表示“4月下旬车市就开始衰落,5月销售还是没有起色,哀鸿一片。”有人甚至说:寒冬已经来临。

卖车无利可图

时值周六,浦东地区某家进口日系品牌展厅内,一天的到店量也不过20人。销售员抱怨说,周末到店量还可以,平时一般只有5-10个人的到店数。上个月,该店成交了70辆车,“这个月真不敢去想”。

也有销量骤升的。工作日,浦西地区某韩系合资品牌4S店内十分热闹,由于车价的不断下探,使得本以高性价比比著称的韩系车再次红火一把,但其负责人介绍说,每卖一台,4S店就亏损至少3000元,往年是年底促销,把主机厂返利让出来,今年还没到年底,就已经亏本卖车了,否

卖车亏钱 售后分流 经销商慨叹寒冬来临

则库存压力大,无法承受。

而近期车市传得沸沸扬扬的事件,是当年以加价销售驰骋江湖的某日系合资品牌,近期连遭经销商退网。上海地区该品牌的经销商表示,退网是不得已行为。他透露,去年年中开始新车就卖不动了。今年以来,仅他一家店就亏损近700万元,这两个月销量更差,没有从厂家进车,直接导致年终返利被扣除两个点,到6月份还没起色,日子会很难过。另据了解,该品牌4S店年底返利平均为7个点。有传闻该品牌上海地区已有经销商不堪重压,表示退网。

售后利润摊薄

虽有经销商表示,新车亏点钱无所谓,售后服务终归能赚回来。但这一利润转化模式正在被打破。

有美系品牌4S店负责人表示,开业至今6年,月平均销量能维持在100合左右,但目前售后方面的忠诚客户只有1500人,客户流失量很大。他坦言售后利润能弥补新车销售亏损,但“力度有下降的趋势”。更让他觉得恐惧的,是来自台湾地区的统计数据。比大陆先行多年的台湾市场,80%的售后服务要靠营销手段来维持,而不是类似大陆的4S模式,将买车、维修保养捆绑在一家店内,“卖车、维修都要靠营销,压力太大,很可怕”。

事实也的确如此。近年来,各类快修店如雨后春笋般冒出,其服务质量与4S店不相上下,价格却低廉许多,使得很多车主“用脚投票”,弃4S店而投奔快修店。位于虹井路附近一家面积为3500平方米的汽车维修店,开业不过2个月,月营业额直逼120万

元,“我们能做各种车型的维修保养,生意比想象的要好,进场量超出预料,我们已打算在浦东开分店”。

经销商破局无力

卖车亏钱,售后分流,经销商们对此无计可施,有经销商不惜投巨资从主机厂进车,以求力保高额销售返利,但库存带来的资金压力,以及如何卖动新车,已令其叫苦不迭。

而最让经销商头疼的,是在市场环境很糟糕的情况下,厂家仍然在马不停蹄地扩张营销网络。即使是风头最为强劲的豪华品牌,如宝马、奔驰、奥迪,他们在上海的4S店也已分别达到了8家、5家、12家。有经销商抱怨,上海面积并不大,在最近几年的深耕细作下,目前豪华品牌的市场潜力已大不如前,但经销

网络还在扩大,单店的月销量和售后服务利润都在下滑。

豪华品牌难做,其他合资品牌经销店更是步履维艰。某日系合资品牌4S店经理表示:“我们也建议过主机厂暂缓开新店,但主机厂唯量为尊。销量完成或者突破的一个最有效途径,就是开新店、铺网络,至于经销店的生存环境,他们不会考虑特别细致,经销商永远处于弱势。再者,开一家4S店,仍是很多人梦寐以求的投资渠道,捧着钱求主机厂授权开店的大有人在。”

这就使得经销商陷入一个难解的僵局中:在年度销售任务的压力下,经销商只能选择降价促销,主机厂则选择扩网铺货,4S店越开越多,价格战日益激烈,库存压力依旧难以缓解,运营不好的经销商不堪资金压力,也只能退出市场。而一旦关店潮出现,主机厂的困境更难化解。

值得注意的是,中汽协的统计数据显 示,截至4月末,汽企库存为75.74万辆,比2011年末上升了1.18万辆,并高于2011年的最高水平。随着气温的升高,车市将迎来传统销售淡季。不难预测,接下来经销商之间的拼杀会越来越残酷。 姚琼

视中国市场为发展中心 英菲尼迪全球总部迁港

豪华车品牌英菲尼迪近日正式将全球总部迁至香港,日产汽车总裁兼首席执行官卡洛斯·戈恩出席了新总部的启用仪式。作为全球首个将总部迁至香港的豪华车品牌,英菲尼迪此举也标志着中国业已成为其全球发展的中心。

英菲尼迪创立于北美,目前已进入全球46个国家或地区的豪华

车市场。2007年,英菲尼迪进入中国。短短5年的时间,英菲尼迪实现了快速发展,已成为中国豪华车市场上不可小觑的力量,而中国也已成为其全球第二大市场。过去5年里,英菲尼迪立足中国,建立特许经营店近60家,并且通过系统的品牌导入以及丰富的市场营销手段,使品牌认知度大幅提升。 尚奇



大众DSG质保10年

大众汽车集团(中国),大众汽车(中国)销售公司,上海大众汽车公司和一汽-大众汽车公司近日联合宣布,将在2012年12月31日之前生产的DQ200(七速)和 DQ250(六速)双离合变速箱的质量担保期延长至10年或者16万公里(以先到者为准)。同时,大众汽车将继续开展相关的监测工作,解决好发现的每个问题。

DSG双离合变速箱技术是全球汽车工业领域的一项新技术。大众汽车对最近一段时间由于DQ200(七速)双离合变速箱给中国消费者带来的不便深表歉意,承诺将高度重视消费者的投诉问题,竭尽全力使消费者满意,为此决定延长DSG变速箱的质量担保期。 林夏

宝马强势亮相警用装备展

第六届中国国际警用装备博览会日前在京举行。宝马集团携多款车型亮相,全方位展示了其在警用用车和安防车辆领域的创新技术和雄厚实力,还专门安排了多款宝马车型的试乘试驾活动,为更多警务人员提供了体验BMW品牌及产品的机会。此次宝马参展的车型包括:BMW 7系高级安防车、X5

安防车加强版、X1全装警用车、5系全装警用车和BMW警用摩托车。

本届警备展上,宝马展示的安防车型均具备包括防弹和防爆技术在内的最高安全标准,而且车辆经过专业改装后都通过了专门的碰撞试验,原车的被动安全设备与公务装备完全兼容。

作为BMW安防车的旗舰

车型,BMW 7系高级安防车是世界上第一款完全符合新颁布的VR7防弹标准的装甲轿车,其许多部件甚至还达到了VR9级标准。

BMW X5安防车加强版也得到官方认证,可提供6级防弹保护,同时拥有出色的多功能性、驾驶操控性和极高水平的舒适性。

水木



马自达8开启MPV新理念

Mazda8是马自达享誉全球的经典MPV车型,集中体现了新一代MPV的领先理念,全方位打造了第二排VIP贵宾区,在空间、舒适性、豪华装备等方面都领先同级别车型,被专业人士称为拥有“无敌第二排”的新一代大型MPV。

Mazda8第二排的两个独立座椅,宽590MM、为同级别中最大,保证了贵宾尊享自由、独立的舒适空间。与此同时,第二排座椅可实现前后

255mm的长距离移动,第二排VIP商务座椅的腿部空间可轻松达到至少400mm。第二排座椅的右侧座椅还可以前后左右的自由滑动,为贵宾提供单人床、双人床式灵活多变的最舒适的座椅组合。

此外,Mada8拥有785mm的大开口侧滑门、高430mm的超低宽车内地板和1210mm的高敞车内空间高度,以及同级别中唯一可横向移动的第二排座椅,都使得第二排贵宾

可以自由出入,升降自如。

另外,防止噪音侵入的密封车体结构、轻量隔音材的实用及高刚性发动机搭载支架区等,保障了Mazda8超强的静谧性,而后部原厂私密高级黑色隔音玻璃,则为商务乘员提供了超级私密的乘坐享受,Mazda8还拥有兼具MPV庄重与SUV张力的外观设计,和6安全气囊等完备的电子装备保障的高水平安全性。 姚琼

上海大众汽车

SHANGHAI VOLKSWAGEN

www.svw-volkswagen.com

贺全新帕萨特荣膺B级车销量榜首

唯有经典可以历久传奇,唯有耀世光芒可以媲美不朽传奇。 是时极,为您的非凡加冕不凡!现在起,购买全新帕萨特,即可尊享上海大众汽车尊贵1年0利率或2-3年低利率等专属金融方案,让您轻松拥有非凡座驾!购买1.8TSI Tiptronic车型,更可有同样引领时代的苹果iPad 2礼包或个性尊享保养套餐丰富您的选择。(V6车型不参加本次活动)

全新帕萨特,时代方向,由您掌握! 详情请向上海大众汽车销售顾问,索取截止时间为2012年5月31日。

上海大众汽车客户服务热线400-820-1111 官方网站www.svw-volkswagen.com

NEW PASSAT 全新帕萨特

——唯不凡之势 定世界之局——

上海大众五星级经销商——上海申银汽车服务有限公司

销售热线: 52906666 服务热线: 52909999

公司网址: www.shenyin.com.cn 企业微博: weibo.com/shsydz