

广本退网风波的近忧与远虑

最近，广本经销商退网事件成为了业界议论的焦点。广汽本田给全国多家经销商下发了一封通知，要求相关经销商停业整顿和启动退出程序等。统计显示，5月份共有4家广汽本田经销商启动退出广汽本田网络，另有8家经销商进行为期一个月的停业整顿。从通知上看好像是汽车厂商要求经销商退出，而实际上是经销商自己选择主动退出。很多经销商去年一年都在亏损，卖一辆车赔1万多元。

其实，在今天的中国汽车市场，不仅仅是广汽本田的经销商有压力，所有的经销商都遭遇着程度不同的经营困难。一份调研报告显示，2009年中国有84%的经销店是赚钱的，到了2011年，赚钱的经销商的比例下降到63%，与此同时出现经营亏损的经销商的占比则从2009年的6%增加到2011年的20%。也就是说去年，每5个经销店里就有一个是亏钱的。

显然，这一形势在2012年将更加恶化。而广汽本田与经销商的矛盾只是众多厂商矛盾的一个缩影而已。其他汽车整车生产企业与经销商的矛盾或者没有披露出来，或者还隐忍没有爆发。

可以说，广本经销商退网事件背后折射出经销商困局，是市场收缩和厂家网络扩张双重矛盾直接造成的。中国目前约有6.59万家经销商，同时等待备案的还有数千家。而作为世界第二大汽车市场的美国，其新车销量约为中国的2/3，但新车经销商数量仅约两万家，不及中国的1/3。由于《汽车品牌销售管理实施办法》并没有限制汽车厂家在同一地区布置经销网点的密度，这导致一些汽车厂家在大城市无节制布点，损害了经销商的利益，这是造成经销商赢利出现下滑的一大原因。

特别是目前经销商受到《汽车品牌销售管理办法》的束缚，厂商会将自己在市场中的负面影响转嫁到自己的经销商体系之中，以减轻自己的压力。汽车厂商份额扩张是以牺牲经销商利益为代价，为了争夺客户，汽车厂商有意无意地让经销商自己拿出更大的促销力度来吸引消费者。

现在，汽车厂商和渠道经销商就面临着这样的问题：渠道的上下游紧张关系已经达到临界点，关系走向决定了汽车消费环境能否形成一个良性循环。渠道的不稳定为汽车厂商的业绩埋下隐患，汽车厂商如果不改变已有的强势地位，转嫁渠道经销商压力，和渠道经销商构成一种新型合作关系，其未来的可持续发展或将大打折扣，经销商退网之风只能愈演愈烈。

雍君

广菲世界级工厂竣工 菲翔6月28日下线

广汽菲亚特位于湖南长沙的世界级工厂即将全面竣工，6月28日将迎来首款国产重量级新车——菲亚特Viaggio菲翔的正式下线。广汽菲亚特世界级工厂的正式投产，标志着广汽菲亚特这家实力雄厚的年轻合资汽车企业正式进入中国汽车市场的群雄角逐。

广汽菲亚特工厂占地面积75万平方米，总投资额达50亿元，一期形成年产销14万辆整车的规模，二期计划形成年产25万—30万辆整车的规模。工厂根据“世界级制造”工厂的理念进行建设，目前已经成为国内少数具备全球领先水平汽车生产基地之一。

值得一提的是，广汽菲亚特在工厂周边规划了首期约800亩的零部件园，

聚集了许多世界知名零部件公司，在保证产品品质的同时，大大降低了物流成本，提升了产品竞争力。

作为广汽菲亚特专为中国市场打造的一款精湛中级车，菲亚特Viaggio菲翔是一款集意式时尚造型、先进技术及舒适功能于一身的新一代中级车。它是基于菲亚特克莱斯勒最新技术的CUSW平台开发而来，轴距为2708mm，车身长度达4679mm，车宽为1850mm，具有超越同级别车的车身尺寸。它搭载了1.4T涡轮增压发动机（120/150马力和先进的6速干式双离合变速器，整体动力性能能达到国际同类车型的领先水平。

张云

欧洲杯营销：起亚的精准定位球



2012年的欧洲杯正在如火如荼地进行，作为2008、2012年欧洲杯主要赞助商，起亚汽车这个近年来崛起全球汽车市场的亚洲车企在体育营销领域“接连踢出漂亮的定位球”，强势抗衡欧洲列强，令业界侧目。起亚汽车中国总经理尹泽镐日前接受记者采访时，就欧洲杯体育营销的奥秘做出了解读。

从起亚全球品牌精神“激情超越梦想”而言，完全契合着足球精神“拼搏成就梦想”。从流行角度看，欧洲杯面向的广大球迷，在这个特定的集体狂欢节日里，他们内心的“挑战极限、超越自我”

特质就会爆发出来，起亚显然洞悉到这个关键点。就此，起亚精准聚焦这些热情澎湃的球迷，在欧洲杯期间“接连踢出体育营销定位球”。

尹泽镐介绍，今年欧洲杯期间，起亚除了向赛事组委会提供一支由359辆起亚汽车组成的旗舰车队提供运输服务，豪华轿车凯尊更是首次露面欧洲。一系列线下线上球迷狂欢活动也在同时展开。如五人制足球“Champ into the Arena”，邀请全世界业余足球达人同场竞技，目睹2012欧洲杯半决赛，让资深球迷有机会亲临现场；“起亚2012欧洲杯路演”，将为欧洲消费者营造一场盛大的“起亚汽车秀”。线上，“起亚Dubstep舞蹈大赛”在起亚官方Facebook进行。此外，进口起亚在中国特别定制的手机APP互动游戏软件——“投你‘索’好”，让更多球迷观赛之余在手机上“玩转欧洲杯”。

通过一系列富有针对性、创造性的活动，起亚以自己特有的品牌沟通方式，让球迷心中的烈焰熊熊燃烧，在欧

洲杯平台精准演绎了一个独特理念——用足球和汽车给世界带来惊喜。

尹泽镐觉得起亚汽车在中国市场的认知度尚未达到所希望的水平，而通过赞助欧洲杯这类全球关注的体育营销活动，可以让更多的中国消费者了解起亚的品牌实力，有力提高起亚品牌的认知度。“投你索好”是起亚第一次尝试通过开发APP来进行的营销模式，包括现在正在热播的章鱼保罗视频营销，以及赛事预测游戏，已经吸引了超过10万注册用户参与。此外还有一些互动的路演活动，让经销商与车主一起参与到欧洲杯主题活动中。

起亚汽车在全球市场的快速增长，离不开各项精彩赛事的持久赞助，各类体育营销，为起亚在全世界消费者面前展示车型、提升品牌形象提供了绝佳舞台。从欧洲杯、世界杯、美洲杯，再到澳网、X GAMES亚洲极限运动锦标赛，起亚汽车凭着出众的“体育营销定位球”，其品牌形象有望再度跃上新的高度。

刘朝晖

斯柯达前5月销量首超40万辆

斯柯达汽车今年5月创全球交车量新高——与去年5月相比，全球交车量增长4.3%，达到81500辆。这个数字成就了斯柯达汽车史上最辉煌的5月。在2012年前5个月，斯柯达汽车全球交车量超过了405500辆，同比增长

8.6%。这也是该品牌首次在一年的前5个月实现400000辆的交车数量，创造了新的销售纪录。

“尽管西欧市场的情况愈加艰难，斯柯达汽车仍然在5月份实现了全球交车量的同比增长。”斯柯达汽车负责销售和营销的董

事会成员Jürgen Stackmann评论说，“未来几个月，许多市场的经济仍将面临困难。”最近，斯柯达汽车的销售增长主要得益于中国、中欧、东欧及印度市场的拉动，这使得斯柯达汽车在5月份创交车量新高。

宝龙

五菱汽车掀夏季特价风暴

近日，作为上汽通用五菱上海地区总代理，上海五菱汽销举办夏季特价风暴优惠活动，并倾情推出五菱之光2款特价车型。其中，五菱之光6376NF立业型不带空调优惠价为27900元，带中央空调价格为30900元。此款车配备465发动机，61匹马力。与此同时，6月份，购五菱宏光部分车型，将增配价值5000元的GPS导航、倒车影像、高清影音、远程一键启动、自动闭合车窗玻璃、迎宾踏板等。

五菱宏光定位紧凑型商用车，也就是小型MPV，其轴距长达2720mm，加上1750mm的车身高度，成就了宽敞舒适的内部空间。将第三排座椅收起后，五菱宏光后排空间可扩展为1750L，如果将后排座椅拆下，并折叠中排座椅，空间更可达3050L。五菱宏光搭载了按照通用汽车全球动力总成标准设计制造的P-TEC1.2L、P-TEC1.4L两种发动机，五档手动变速器采用了全同步器设计，同时通过在中低档位采用较大的传动比设计，使得五菱宏光具有普通1.6L排量发动机的动力。

全顺首推轻客极限车舞表演

初夏，正是休闲旅游的最好时节。福特新世代全顺欧尚之旅于近日登陆宁波东钱湖畔，在邀请参与者试乘试驾的过程中，融入小提琴表演、奇幻魔术、欧式餐饮、歌舞表演等英伦风情，为在场客户带来了一场休闲盛宴。

活动现场，欧尚之旅宁波站的活动不仅保留了往年备受用户好评的绕桩、湿滑路面起步等ESP车舞表演环节，还增加了车辆PK互动，由客户自由报名，进行百米加速、过减速带、原地调头等项目的比拼。而在紧张而精彩的人车互动后，主办方还为客户特别准备了画舫游湖、环湖自行车、健身休闲等丰富的娱乐活动。许多客户都对本次欧尚之旅活动表示满意，更有不少用户在试乘试驾之后，当场签下订单。

“FIT EV”在美测试耗电最低

近日，本田“FIT EV”电动车在美国环保署(EPA)的测试中获得了电动汽车耗电性能的最优认可。测试结果为，交流电消耗率（电费）29kWh/100英里，相当于汽油等额换算油耗118英里/加仑。

FIT EV搭载的高效电动单元和20kW锂离子电池组在这次测试中实现了82英里的实用续航里程。为应对中国汽车市场的多样性需求，本田除了以CR-Z、Insight、Fit Hybrid等车型加速导入混合动力布局，在电动车领域也走在前列。Honda于2011年底在广州市内正式启动了FIT电动车的验证实验，检验电动车的实用便利性、实际续航里程等，并检验未来普及电动车所需克服的技术课题，为充电基础设施建设提出建议。

江美



JEEP 大切诺基旗舰尊崇版预售

在4月北京车展亮相的2012款全新进口Jeep大切诺基旗舰尊崇版车型，本月已陆续到店并开始接受预订。此次推出的大切诺基旗舰尊崇版共有2个排量的车型选择，均配备“全球十佳发动机”。其中，搭载3.6L Pentastar V6全铝发动机的车型售价71.99万元，搭载5.7 HEMI V8发动机的车型售价84.99万元。至此，全新进口大切诺基共有57.59-119.99万元5款车型选择。

据介绍，大切诺基旗舰尊崇版外观和内饰在原有基础上进行了再次升级，展现了Jeep对乘坐舒适性和豪华品质的极致追求。全新镀铬进气格栅、镀铬雾灯罩、20英寸抛光铝镀铬轮圈、车身上的尊崇版徽标，均表明它并非一台普通的新大切。真皮包裹的中控台、饰以钢琴黑实木的真皮方向盘、棕色Nappa真皮座椅等，都营造出车内的顶级奢华氛围。

林夏

2012款CC家族再添新成员

一汽-大众CC 1.8TSI 2012款于近日正式上市，这是继CC 3.0 V6北京车展首发上市后CC家族的新成员。CC 1.8TSI 2012款在保持原有优异品质和绝佳操控性的同时，对车型装备进行了增配和调整，其中最重要的调整是采用了全新设计的主副仪表板、标配XDS电子差速锁，并且尾气排放达到中国五号排放标准。CC 1.8TSI 2012款推出了尊贵型、精英型和豪华型三款車型，售价为25.18-26.58万元。

CC 1.8TSI 2012款增加了更多舒适豪华装备，采用了全新设计的主副仪表板，全新开发的RNS315导航系统提供了USB接口，支持iPod/iPhone直接接入功能。MFA-P彩屏行车电脑采用全真彩色显示屏，分辨率更高、图像更清晰。同时，XDS电子差速锁已作为标配应用于CC 1.8TSI 2012款三款车型上。XDS系统可以在极限情况下保证车轮不空转，确保动力传输到有附着力的车轮上，是ABS、EBD和ESP的有力补充，在根本上提高通过能力和驾控安全性。

江美