

汽车周刊

本报经济部主编 | 总第 569 期 | 2014 年 12 月 31 日 星期三 责任编辑:张云 视觉设计:姜云阳 编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

卖车修车新格局之新年猜想

即将到来的 2015 年是全面完成“十二五”规划的收官之年,又是多项汽车新政实施之年,同时要完成新能源车用油降耗、淘汰黄标车和推广新能源车的目标任务。这是新的一年汽车业必须面临的新挑战,汽车销售服务领域可能将发生哪些变化,不妨来一次新年猜想。

非授权可以卖车

2014 年 10 月 1 日起,工商总局停止汽车品牌授权经销商备案,原先的“xx 品牌汽车销售”,一概变更为“汽车销售”。按工商管理部门规定,经销商经营范围不再标明“xx 品牌汽车销售”,这就意味着一家 4S 店可以经营多个品牌的汽车,按工商总局“规定”的推理,“非授权可以卖车”,想卖车的都能卖。综合性的多品牌展厅式销售、区域性的集约连锁式经营、经销商自设的各类网点都成为可行的销售方式,对现行的 4S 店形成不小冲击。

2014 年底的前 3 个月,全国汽车经营业态虽无多大变化,但本田、现代、丰田和宝马等多地经销商纷纷抱团向厂家(供应商)发声,有报“退网”的、有要求“返点”的、有拒绝“进货”的,如此公开提意见、讨说法,史无前例。“山雨欲来风满楼”,

可以预计,2015 年将是汽车销售业态和汽车服务业态大变革之年,大经销商的(集团)的“汽车超市”有望破茧而出,经销商的强势服务品牌将加快形成。

非授权可以修车

汽修市场乱象丛生,多源于厂家对维修渠道和维修技术的垄断。交通运输部等十部委《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》于 2015 年 1 月 1 日起正式实施,十部委“意见”对汽修市场“沉痾”大开杀戒,明确要求汽车生产企业和进口汽车销售企业,以可用的信息形式、便利的信息途径、合理的信息价格,无歧视、无延迟地向授权维修企业和独立经营者公开汽车维修技术资料,同时鼓励原厂配件生产企业向汽车售后市场提供原厂配件、提供具有自主知识产权的独立售后配件,允许授权配件经销企业、授权维修企业向非授权维修企业或终端用户转售原厂配件;对非原厂配件,如果是“同质配件”,必须纠正对它的歧视。

2015 年,汽车维修信息一旦公开,破除汽修配件垄断,将迎刃而解,整个汽修市场的生态环境将发生巨大变化,所有汽修企业、车主均能享有使用同质配件维修汽车的权

利,从而促进汽修市场的公平竞争,保障消费者自主选择的选择权。

汽车平行进口开闸

2014 年 11 月,国务院办公厅《关于加强进口的若干意见》中,“加紧在上海自贸区率先开展汽车平行进口试点工作”赫然在列,表明上海自贸区“开展平行进口汽车试点”,拥有了合法身份。买平行进口汽车容易,使用和保养维修等障碍有待破题,上海自贸区已就售后保障提出了系列解决方案,需要时间和实践的检验。

2015 年将是改写进口车市场格局之年。上海自贸区的“汽车平行进口试点工作”一旦成熟,很有可能在国务院已经宣布的天津、广东和福建特定区域设立的三个自由贸易园区推广。平行汽车的进口,势必为消费者提供进口车的多样化选择,促进进口车市场的充分竞争,最终消费者受益。

新能源汽车迎爆发

新能源汽车,作为战略性新兴产业,能否快速发展,与政府鼓励政策密不可分。自 2013 年 9 月以来,中央和地方两级甚至三级政府购车补贴、免征购置税、公车采购比例、限购城市免摇号免车牌、限行城市不

限行,有城市还免征车船税、免收城市道路桥梁隧道车辆通行费、免费在指定的公共充电设施场所充电等,一揽子利好政策密集出台,涵盖新能源汽车生产、销售和推广应用等多个方面。

2014 年 11 月,财政部等四部委又决定,2015 年对地方充电设施建设的奖励补贴,按城市新能源车推广数量业绩决定,纯电动乘用车推广超过 2.5 万辆(含),最高奖励达 1.2 亿元。其他类型新能源汽车按照相应比例进行折算,每个加氢站奖励 400 万元;对服务于钛酸锂电池等建设成本较高的快速充电设施,更是适当提高补助标准。

2015 年是实现新能源汽车产销目标的最后一年,也是新能源汽车试点城市目标考核的最末一年,新能源汽车推广应用将迎来集中爆发期,产销可望达到 25 万辆。

三大经济圈淘汰黄标

至 2013 年底,全国共有黄标车 1300 余万辆,占汽车保有量的 10%。国务院将 2014-2017 年分期分批淘汰黄标车的任务,预计分解到各省、市、自治区,2014 年淘汰黄标车和老旧车 600 万辆,占该淘汰车辆的 46%。

国务院《重点区域大气污染防治

治“十二五”规划》明列“2015 年底,力争基本淘汰京津冀、长三角和珠三角等重点辖区内的黄标车,2017 年底要基本淘汰全国范围的黄标车。”这是国务院部署的重要任务,也是中央政府对全国人民作出的庄严承诺。

淘汰黄标车和老旧车,不仅利于改善大气环境,也利于新一年新车市场需求的增长。

车企全面做电商

互联网正全方位影响着人们的生活,汽车与移动互联网的紧密融合正悄然加速。特斯拉和宝马 i3 等电动车型,正尝试用现有经销商体系做线上直销,线下经销商只负责展示与服务,不承担库存;厂家投巨资创电商平台,如上汽车享网的整车大营销;商家自建电商平台,如庞大和广汇;厂商与汽车垂直网站如易车、综合性购物网站等电商合作,对现有汽车销售模式形成极大冲击。新的一年,将有越来越多汽车企业涉足电商,汽车业将迎来互联网电商发展的新时期。

汽车与互联网的融合,不仅对现有销售模式带来冲击,而且将打通“汽车全生命周期”需求,“未来汽车不再是单纯的交通工具”。

特约撰稿 张伯顺

销量突降

几乎所有的经销商都觉得 7 月份是一个谜,因为从 7 月份开始,销量突然间就滑落了,降到了之前的一半。上半年每个月能卖出 160 台的,7 月份也会莫名其妙地下滑到 70、80 台,即便是到了金九银十的传统销售旺季,销量也不见回涨。降价、大礼包促销等市场措施,对市场没任何回暖效果,颓势一直延续到 12 月份。

为什么 7 月份时市场突然变冷?经销商们几乎找不出答案,之前觉得是拍牌难,调查下来发现不是,牌照只影响三分之一的购车者;随后觉得是让利不够狠,可降价信息传播出去后,还是没人搭理,“让利不是王牌了,现在用出去没人理,双 11、双 12 都没人理”;后来又有日系品牌觉得是政治因素问题,但很快发现其它品牌的车子也不好卖;也有经销商认为代理品牌没有新车型,不能引领市场消费热点,但新车入市即沉寂的事情在下半年也屡见不鲜,“满仓踏空的事情不是股市独有的”。

库存猛增

与此同时,厂家的销售任务不见缩减,主机厂生产线上下来的新车源源不断地拉进 4S 店的仓库。有经销商说,“拉进来的是车,砸下去的是我们的钱。”

目前,上海不少品牌经销商的库存比,超过 1:1.5。中国汽车流通协会获得的数据显示,2014 年 11 月全国经销商库存预警指数为 65.7%,比上月上升了 10.7 个百分点,处于警戒线水平以上;与此同时,11 月全国轿车市场销量同比下

年关难过 沪上经销商惨淡迎新年

2014 年即将过去。往年这个时候,上海各大经销商们虽然嘴里嚷嚷“买卖难做”,但脸上依旧挂着笑容,年终奖的大红包是无论如何不会少的。

但到今年,很多经销商高层一副苦脸,抱怨说“厂家不给返利,年终奖没了”、“今年的福利大幅缩水,年终奖就不去想了”,甚至有经销商说,“以前是赚多赚少的问题,现在是生死存亡的问题”……而往年总想着跳槽的业务员,也不敢有任何想法了,因为圈内裁员的消息络绎不绝。

除去南北大众和长安福特,年关难过,是业界难得一致的认知,其中也包括德系三驾马车和保时捷、捷豹路虎等这些曾经的必赚户。

降 2.6%,仅为 106.66 万辆。虽然难以确认上海区域的具体数值,但部分经销商看过后表示,“上海的压力更大一点。”

在经销商大会上,曾有某日系品牌经销商责难主机厂领导,直言他们不断扩充产能,是“新式大跃进,最后会害得大家都没饭吃”。按照 2014 年年底的情况来说,经销商一语中的。

有经销商说,区域销售指导每个月都会到店来看看,以前 4S 店都是积极陪同,想趁机多抢点热销车型,但现在,“能不见就不见”。甚至有经销商抱怨说,“我们一直说销量不好,但主机厂根本不理我们。一家 4S 店盈利情况到底如何,厂家通过新车批售还有零部件批售,就能大体估算出来,但到最后库存不仅没降低,反而持续高涨。”



图 苏卫忠/东方 IC

资金链紧张

在产能没有完全提速的前几年,压库存是主机厂赢得市场占有率的小伎俩,因为它会从财务角度迫使经销商让利,从而达到快速销售的目的,引发市场小热点。

但时至今日,压库存最直接的后果是使得经销商资金链断裂,导致破产。不少运营不到 3 年的 4S 店对此忧心忡忡,“如果不压库,那日子会好很多,不会欠银行钱,也没那么大的精神压力”。

与老店相比,新店没有太多的客户资源,售后维修利润也难以维系整个 4S 店的运营。而老店的售后经理也在抱怨利润的逐年下降,“外面维修店越来越多,就说换个后视镜吧,我们报价 800 元能修好,外面报价只要 400 元甚至更低,客源肯

定跟低价走了。”

新车销售没利润,售后维修利润下降,再加上仓库里积压的新车占用的资金,以及每个月不能少的运营成本,经销商们“心里没底了,有集团还靠集团,吃老本,没集团的,只好听天由命了,不知道最后那根稻草在哪里。”

何时大洗牌

对于即将到来的 2015 年,经销商们没有任何信心。接连出现的经销商向厂家“索赔”的事件,即使是在一线奋战的 4S 店中高层管理人员也对此心里没底,他们表示,“这种事情属于高度机密,从头到尾我们都不清楚,老板不可能因为这个事情来向我们咨询。说白了,是投资人与厂家之间的账务。我们员工的实际收入该减少还是减少。”

2015 年形势不明朗,是否会行业大洗牌呢?有着多年销售经验的某 4S 店老总表示,“至少老店不会倒,厂家会认为老店也属于品牌形象的一种表达方式,会帮忙扛住的。老店不倒,整个大盘就不会有特别大的变化。但老店的投资人也会看市场变化,如果 2015 年形势不好,那年中时候就会做新的打算,到年底再来换牌。2015 年的新店不好说,小经销商可能会关闭三、四成,或者直接关门,或者转换品牌。”

但就在上个月,浦东外高桥某家进口品牌新建 4S 店花费 600 万元的展厅已经完成搭建,但投资人预测 2015 年形势不好,直接废弃止损。而听说某品牌旗舰 4S 店一年到头忙死忙活,新车销售纯利润只有 20 万元时,不少经销商高层连连叹息,苦笑不已。

姚琼