

# 汽车周刊

本报事业发展部主编 | 总第 593 期 | 2015 年 7 月 8 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

## 车企救市 绝地反击猛打“组合拳”

今年上半年,中国车市进入“寒冬”。逆势之下,汽车厂商的一系列救市行动相继亮剑。不过这些招数能否驱散“寒意”尚未可知。

### 纷纷“官降”缩产

今年4月,上海大众率先打响“官降”救市第一炮。随后长安福特、北京现代、上海通用、东风标致以及东风雪铁龙等主流合资品牌纷纷响应,成为车企“官降”第一波。

不过,合资品牌4月以来的官方降价潮,并没有带来销量上的预期增长。但其价格的下探,正在对上半年成为整个汽车市场最大赢家的自主品牌带来压力。在这样的情况下,从6月16日起,长城汽车先后针对旗下哈弗SUV和长城轿车共6款车型进行降价,幅度从5000元至7000元不等,这在其多年销售史上实属少见。在品牌溢价能力仍无法与合资品牌一较高下的背景下,同样以降价来缓解合资品牌降价带来的压力,无疑为最佳选择,预计其他自主品牌卷入“官降”风暴也只是时间问题。

除了经济下行压力导致的购买力下降外,今年厂家的产销计划过高是导致车企开启“降价模式”的原因之一。一些车企已开始缩减

产能,调低销售目标,缓解压力。另外,本轮降价潮并非只是市场调价引发竞争,背后还有技术革新完成导致的价格体系重构和市场格局的洗牌,新一轮的行业兼并洗牌在所难免。

### 火拼售后服务

综观眼下多家车企祭出的救市行动,除了官方降价外,不难发现在售后领域正掀起新一轮的“服务运动”,以大力辅助销售市场下挫空白。一些车企从旗下中高级品牌车型着手,将“提振士气”与“优质服务”延伸至售后领域。特别是新车销售打出的“售后保养”牌,着实让消费者眼前一亮。

如广汽丰田2015款凯美瑞、北京现代第九代索纳塔等今年才上市的热销车型在部分地区提供了“免费保养”服务。购凯美瑞享3年6万公里免费保养,还有多重累计优惠。北京现代第九代索纳塔除了享有整车五年十万公里超长保修的服务外,更是推出了订车可享终身免费保养的活动。这些“免费售后服务”对于消费者来说,可以省上万元后期保养费用,吸引了不少消费者的眼球。

有消息称,大众(中国)或将在

国内建1200家快修店。保修车型不仅限于进口、合资大众,还有可能涉及其他大众集团品牌。不仅如此,这把“售后之火”也在豪华车品牌之间蔓延。不少品牌都在推出各种售后优惠活动,如新皇冠推出了“回购保障型贷款”,首付30%起、2-4年期超低月供的尾款型贷款,并赠送2-4年4-8次基础保养。如车主有换车需求,在满足回购条件的情况下,经销店可对车辆回购。

业内人士分析,豪华品牌在售后方面开始寻求打破传统“养车难”格局,进而带动消费信心。售后市场的创新与改革,应是切实可行的一步。

### 发崛汽车金融

车市进入下半年后,主营业务竞争更趋激烈,如何通过拓展周边业务来提升新车销量,成为汽车业最为关注的问题。根据中国汽车工业协会的预测,汽车金融业前景可期,最近10年间将有5250亿元的市场容量,在汽车销售领域展现出强大的输血能力,成为激活汽车销售市场的重要推动力。因此,大力发崛汽车金融,理所当然成为当前车企“救市”的战略之一。

日前,一项针对“80后”和“90

后”的调查显示,在愿意享受生活但收入又不是很高的时候,“80后”和“90后”会使用金融产品提前满足对生活的追求,随着年轻消费者的崛起和企业的大力推广,通过这种方式购买新车的消费者会越来越多。

与银行相比,汽车金融公司最大的竞争优势在于与整车厂家的密切关系,这就决定了它能在困难时期推出一系列的金融促销产品,帮助厂家渡过难关。目前各品牌经销商都在打汽车金融牌,通过“0息0利率”、“低首付”、“灵活还款”等方式吸引消费者购车。多家自主品牌车企也在近期推出了自己的金融产品——吉利汽车与法国巴黎银行成立合资汽车金融公司,为中国市场提供汽车金融服务;北汽福田拟设立北汽福田汽车金融服务有限公司,以金融服务优势提升产品竞争力;比亚迪与西安银行设立比亚迪汽车金融有限公司,为比亚迪汽车经销商及终端消费者提供购车金融服务。

### 借力电商模式

对于处于困境中的中国车市,“车企+电商”销售模式无疑是车企的又一条新出路。相比于传统的线

上集客,线下交易的销售模式而言,新型的“电商+企业”的模式对于车企、经销商和消费者是一个三赢的选择。

6月8日,力帆汽车与阿里汽车达成战略合作伙伴关系,在整车销售、汽车金融、后市场服务、营销推广等领域开展战略合作;同一天,观致汽车推出名为“e-观致”的电商战略,借助易车的电商平台与旗下实体经销商展开合作;国内大型经销商集团广汇汽车与汽车之家签署战略合作协议,将在营销推广、汽车电商、大数据分析等领域开展合作。4月初,上海通用雪佛兰的完整自有电商平台也已上线,试图为广大消费者搭建一个包含选车、购车、售后服务等涵盖用车全生命周期的O2O自电商平台,构建厂家、经销商、用户三者共赢的品牌电商生态。

此前,广汽三菱、吉利汽车、广汽本田等都相继宣布进军电商。有数据显示,目前已有逾七成车企进入电商模式;越来越多车企加入电商大潮,与今年汽车销量增速放缓、4S店库存增加有关。在下半车市“寒冬”里,众多车企正在谋求通过电商拉动销量,抢占市场新的增长点。

李永钧



当车被赋予了智慧 动力也学会思考

全新ECO HYPER高效节能动力系统,有效节油18%。ECO Mode节能模式及智能启停系统,提升燃油经济性。2.2T涡轮增压引擎,AISIN智能型6速手自一体变速箱及智能三模式4WD系统,让能量在思考中澎湃迸发。THINK+2.0智慧互联系统,实现手机与爱车的无缝连接。科技晶钻头灯组与高刚性锻造轮毂,彰显大气豪华的外观。这就是 新大7 SUV,思考改变驾驶,更创造了新世界。



THINK+2.0智慧互联系统 | iTouch+智慧触控系统



智能启停系统 ECO Mode节能模式



高刚性锻造轮毂 低滚阻轮胎

### 豪车礼遇 即刻尊享

- 全车系购车送5年或10万公里免费保养
- 6大系统6年无限里程保修
- 最高2年0利率金融方案
- 老车主可享新旧置换优惠

活动时间:2015年6月1日-7月31日

免责声明:本新闻由全国汽车生活馆提供,详情咨询各地汽车生活馆  
\*2015款车型及2014款车服工保部门将会最新数据对比结果



请扫二维码了解更多详情

裕民汽车生活馆 贵宾专线:021-36520088

地址:上海市普陀区真陈路38号

24小时全国服务热线:40005-88888

官方网站:http://www.dfyi-luxgen.com

通越汽车生活馆 贵宾专线:021-58693222

地址:上海市浦东新区庭安路501号(张杨北路路口)

官方微博:http://weibo.com/dfyiluxgen

官方微信:东风裕隆纳智捷

东风裕隆