

车越卖越多 钱越挣越难

卖新车利润在减少

今年以来,车市销量一直走在一个稳步上升的通道中。中汽协会发布的最新统计表明,今年1至5月国产轿车销售190.25万辆,同比增长25.66%。对于车市的持续飘红,参加沙龙的经销商中90%都认为属于正常现象,他们认为前些年持币待购现象严重,目前车市持续飘红正是消费者逐渐释放消费潜能的表现,这种状况还将持续;只有5%的人认为这种过高的增长速度不太正常,有点类似于2002年的车市“井喷”,很容易产生消费能力的透支;还有5%的人表示讲不清楚。

在车市整体销量上升的大环境下,上海的经销商们却并未感受到这种增长的喜悦。有58%的经销商表示,尽管今年的新车销量增加了,但是销售的利润水平却有所削弱;37%的人表示新车销量和利润水平基本与以往持平;只有5%的经销商表示上半年自身的销量和销售利润均有明显增长。如何从售后维修等其他环节和领域寻找新的利润增长点,已经成为经销商们必须直面的课题。

小排量车面临困境

从去年起,国家出台了許多鼓励发展小排量汽车的政策,许多地方也取消了对小排量车的限制,但是小排量车的“春天”并

第11期新民晚报上海汽车经销商老总沙龙首次跨出上海,日前在杭州萧山举行。本次沙龙活动得到了协办方——上海云峰集团和和平集团的大力支持。在本次沙龙上,新民汽车周刊对与会者进行了问卷调查,结果真实反映了经销商们对今年以来的一些市场现象和热点话题的意见与看法。沪杭两地的汽车经销商们在沙龙上针对市场政策与现象发表的一些精彩言论,汽车周刊将在下一期选择刊登。

未到来,事实却是今年以来小排量车的市场份额在不断萎缩。对于小排量车的尴尬处境,有42%的经销商表示,在中高级车纷纷降价之后,小排量车的优势丧失不少。此外,在收入增加的同时,中国人的购车档次也在逐渐抬高,消费观念决定了小排量车不可能成为购车主流;有26%的人表示这主要是因为国家对购买使用小排量车并没有实质性的优惠鼓励措施,目前的政策对提高小排量车的销量并无实际价值;不过还是有32%的经销商认为,随着燃油税出台和小排量车品种增加,小排量车将来还是有希望成为中国家庭用车的主流。

新车船税影响甚微

从7月1日起,各地开始实行新车船税政策。新车船税随交强险一同缴纳,缴纳税额上限平均提高一倍左右。对此,经销商们普遍表示对车市影响不大。有79%的经销商认为,由于新车船税在用车的成本中所占比例很小,因此对消费者购车决策的影

响很小,要买车的消费者依然会买车;不过也有小部分经销商认为新车船税将增加用车费用,会在一定程度上抑制购车热情。

下半年降价仍继续

今年上半年的汽车市场,车价的明降暗降各不相同,降价幅度之大、涉及车型之广,让人始料未及。下半年,车市还会再次掀起这种大面积的降价潮吗?68%的经销商认为,下半年有部分车型会降价,但不会出现像上半年的那种主流车型集体“跳水”的状况;只有10%的人认为下半年还将有一次大面积的降价,购车高潮也将到来;另有22%的人认为下半年的车价会保持相对稳定,但是会有一些优惠促销措施。

中级车神话难复制

2006年的一个凯美瑞,几乎影响了全年中高级轿车市场的导向,成为了车市最大的热点。到了2007年,斯柯达明锐和丰田卡罗拉又成为家庭中高级车市场的焦点车型。这两款车能否像凯

美瑞一样,在自己的级别领域成为重磅炸弹,并复制凯越和伊兰特曾经的销售神话呢?

58%的经销商表示,现在家庭中高级车市场车型已经非常丰富,各自都有不同的优势,消费者的选择也越来越理性,明锐和卡罗拉都有很强的实力,但是还称不上是重磅炸弹,也谈不上超越凯越和伊兰特过去的鼎盛;只有10%的人认为明锐和卡罗拉能再次演绎当年凯越和伊兰特平分中级车市场的神话;另有32%的人表示说不清楚,但明锐和卡罗拉要想超越凯越或是伊兰特当年的火爆场面还是比较困难的。

股市拉动车市有限

今年前几个月牛气冲天的股市有没有拉动新车的销售?炒股赚钱的消费者是否进入车市消费了呢?经销商对此可是最有发言权的。

37%的经销商表示,真正因为在股市赚钱而带来的购车增量并不多,来买车的大多数还是那些早就有购车计划的人;58%的经销商表示,销售业绩没有因为股市的红火而出现明显增长,甚至还出现了消费者付了订金却迟迟不来提车的情况,原因就是很多人都将现金转投股市,期望能在短线市场有所斩获;只有5%的经销商承认股市的红火刺激了消费者的购车热情,使得自己的销售有明显提升。 刘朝晖

不少人认为眼下车市火爆与股市有着不可分的联系,笔者认为两者之间没有必然联系。

调查一下现在买车的消费者,在股市上赚了钱就去买车的仅是个例。多数消费者买车前都有一个非常理性的权衡过程。因为汽车不仅是家庭要长期使用

的“大件”,其使用过程中还要消耗相当高的费用。股市火爆仅是不到一年的时间,相比持续火爆多年的车市来说,赚钱与花钱之间的极难互动。股市是资本市场,车市是消费市场,二者的发展规律不同,也极难有相交的利益之线。 股民行动的中心围绕着增加资金投入。眼下股民中有着诸多10年在股市损失惨重者,这次冲入股市主要目的是把损失夺回来,而不是随赚随花。对新股民新基民来说,赶上牛市只恨进入资金不够,极少人肯把股市红利取出来买汽车,那意味着将丧失许多产生复利的机会。目前在股市上追求原始积累的平民散户,远多于追求巨额赢利的富人。他们对资金更加如饥似渴,多数人绝不会赚了红利就产生买车冲动。这样的资金取向,很难对车市有强大的刺激作用。如果股市不火资金没有集中于股市,倒可能会刺激汽车消费。

汽车消费者追求的是轻松与方便的生活方式。影响汽车消费心理的主要因素,除了产品质量车型满意度外,主要就是汽车消费环境优劣。比如税费的合理,交通状况等。北京的私车出行超出公共交通,就是因为公共交通在高效快速上比不上私车,随着城市公交网络更加科学健全,私车消费的欲望也会随之降低。环保意识影响消费取向后,城市居民买车心态将会更加理性,小城市汽车市场会比大城市发展更快。专家认为最近可能对车市增长产生生长久良好作用的,是实行盼望已久的燃油税。由此看来,汽车市场的发展必然与消费政策息息相关,与股市的联系仅属偶然。

如果一定要把股市与车市联系起来,只能说经济的繁荣带给所有行业新的生机。 晨风

股市与车市跑的两条道

贝卡尔特 百年经典 专业车膜 服务中国



Quantum®

量子® 汽车膜

唯美视觉 清凉感受

贝卡尔特特殊镀膜公司
亚洲总部:
贝卡尔特管理(上海)有限公司
电话: 021-62952233
传真: 021-62193158
www.bekaert.com.cn

高清晰 高隔热 更舒适

钻石 70 (LX70) - 膜中美钻

双倍厚度, 加倍安全: 厚度3.0 mil
高透光, 更清晰: 可见光透过率72%
低反光, 更安全: 可见光反射率9%
抗UV, 更健康: 紫外线阻隔率99.9%
高隔热, 更舒适: 总太阳能阻隔率55%
完美色泽, 匹配各色靓车

数据来源: 国际窗膜协会 (IWFA)

东方之子 Cross·随心所驭 自由新生活!

ROOM——大空间

HOME——大家庭

TEAM——小团队



东方之子 Cross (休闲轿车) 新装上市
品味休闲轿车 尽显超越风格

¥99,800

热烈庆祝东方之子Cross"千里一箱油"从北京到芜湖挑战成功!!
"擎"擎"千里, "擎"擎"动"心——基于经过优化升级的第二代东方之子平台打造的全新休闲轿车——东方之子 Cross, 从北京出发, 途经济南、合肥、芜湖, 经公证, 一箱油行驶1173.8公里, 折合百公里油耗仅6.115升!

Cross 全新升级 空间翻倍

Ramen 全新升级 空间翻倍

Osmil 全新升级 空间翻倍

S-sport 全新升级 空间翻倍

S-safety 全新升级 空间翻倍

上海申银 56486822、56486711 / 上海宝江 58128086、68554610 / 上海联海 64656655、64052080 / 上海锦弘 52709875、52709876 / 上海瑞众 68935722、68935711 / 上海弘浩 52275676、52278869 / 上海云雀 54098828 / 上海锦文 54320800、54320500

奇瑞汽车 更安全 更节能 更环保 www.chery.cn 客服热线: 400-883-8888