

沪上汽销业频现“腾笼换鸟”

日前，位于真北路的一家东风日产4S店正式退网，这在上海汽车经销业中不是孤案。此前，上海永达、东昌、宝钢汽贸等大型经销集团旗下的多家4S店已经退网，涉及品牌包括广汽本田、长安马自达、东风本田等。坊间传闻，如果新车阿特兹销售不好，那么会有好几家一汽马自达4S店在近期内选择退网。

调查显示，近两年内，广汽本田、广汽丰田等厂家虽屡抛橄榄枝，但其销售网络没有在上海地区得到扩充。与此同时，上述几家经销集团并不是悄然缩减业务，反而是在积极争取更多高端品牌的授权，将已退网的4S店改头换面，重新开业，即使争取不到高端品牌授权，经销集团的老板也会利用老店已有的人气，将其改成更赚钱的营销店，例如，豪华品牌二手车超市等。

有经销商直言，外界认为的豪华品牌、热门品牌，并非就是高利润品牌，在投资人眼里，现阶段的高端品牌是超高利润的捷豹路虎、保时捷、宾利、吉利沃尔沃，中端品牌是有量有利润的上海大众、一汽大众、

长安福特，低端品牌是走量的奇瑞、吉利，从这个角度来说，“腾笼换鸟”是积极的市场响应手段，汽车经销商们从之前追求品牌代理的大而全，转而追求品牌的高而精，上海汽车销售进入2.0时代。

新车利润今非昔比

当年挤破头砸公关费拿授权的品牌，缘何会遭遇经销商们的抛弃？从根本上说，是利润的急剧下滑。

业内资深经销商回忆说，十年前，上海地区曾新开一家长安马自达店，半年的时间，就将1000万的投资连本带利收回，在彼时，开一家广汽本田店类似于开一家印钞厂。但到现在，这些事情无异于天方夜谭，尤其是日系合资品牌，2009年的丰田刹车门事件阴影未散，政治因素的影响更是使得经营状况每况愈下。

另一方面，之前4S店网络铺张过多过快，同城竞争压力巨大，经销商们已经无法从新车销售上赚取利润，销售旺季时不得不亏钱卖车，而在售后方面，主机厂纷纷表示“首保

免费”、“保养只收材料费”“三年或五万公里之内保修”，一举断了经销商们的保本之道，“我们做过调查，上海车主的用车频率并不高，新车买回去8个月后会回店首保，之后每年保养一次，4S店只能收500元左右的保养费，假设这个车主4年后才置换新车，那4S店总共才收到2000元左右的售后服务费。即使新车不亏本卖，我们一台车4年内也只赚到2000元，这还不是利润。至于事故车，那是概率很小很小的事情，基本上不要抱太大希望。”

运营成本居高不下

沪上内环内有一家4S店，开店至今已经超过12年。虽有不错的销售业绩，但其老板仍心有不甘，“当年要是不投资4S店，而是转开写字楼，利润要比现在高很多，而且，省心很多。”

据了解，主机厂对4S店的要求越来越高，而这些要求涉及4S店的各个方面，例如，展厅必须按照厂家标准统一装修，使用他们指定的地板、办公用品等；一家4S店要配备

25个以上的销售员，人事安排上必须有试车专员、发车专员、物流专员等，名片、工作服等由主机厂指定；维修车间的各类昂贵检测仪器也是由主机厂指定配备。“配这些东西要花一笔钱，人力资源上也要花大量的精力，还要时刻应对主机厂的不定期检查，有明访有暗访，一旦被认定是不符合要求，那就会影响年底返点。太操心！”

此外，很多4S店的地皮价格一直在上涨，内外环之间的4S店租金，每两年涨20%，约为30万。对于高利润品牌来说，这点钱也许可以忽略，而对于低利润品牌来说，这点钱也可能就是压死骆驼的最后一根稻草，投资人要么关店转行，要么想尽办法争取到高端品牌，再花个500万换设备、换装修，来个“腾笼换鸟”。

高端品牌硝烟再起

由于全系列产品供不应求，保时捷是经销商们眼中的香饽饽。捷豹路虎也是经销商们一致看好的品牌，位于龙东大道的永达捷豹路虎

4S店，曾在2011年创下利润过亿的纪录。目前，由于车型热销，沪上其他捷豹路虎4S店的单店利润不低于5000万。

进入2.0时代的经销商们，很快有了新的隐忧。就拿捷豹路虎来说，2010年至今，其上海区域的营销网络已经扩到8家，有经销商略有担忧地表示，扩张太快，到最后怕会遭遇到宝马、奥迪、奔驰等4S店目前的困境。

此前，宝马汽车在上海区域的经销商数量一直稳定为5家，大家赚得盆满钵满。2011年到现在，销售网络迅猛扩增到12家，喊亏本的4S店多了起来，甚至有传闻说新店年亏500万很正常。利润不理想后，经销商们一到销售旺季就会开打价格战，以发展新客户来确保售后利润的增长。但有其他豪华品牌的区域经理表示，主机厂并不会考虑太多经销商的盈利，也不会严格按照城市大小规划4S店数量，眼下最重要的，还是多开店，多开店就能多卖车，多卖车主机厂就能利润最大化。

但在建店只需1个亿、两年即可收回成本的诱惑下，2.0时代的沪上经销商们，还是忙着拿高端品牌授权，忙着最快速度的“腾笼换鸟”。

姚琼

保时捷 Macan 三款车型上市

近日，保时捷在厦门公布了全新Macan车型的国内售价，新车将推出Macan、Macan S和Macan Turbo三款车型，售价区间为55.8万-99.8万元。随后其将最快于8月份正式交付中国客户使用。

全新Macan的前脸采用了与918 Spyder相似的发动机舱盖设计，垂直排列的个性大灯嵌于发动机舱盖中；前后车门底部的外侧饰条也是Macan在整体设计上的亮点。Macan、Macan S和Macan Turbo均配备与车身同色的外侧饰条，但还可以选装碳纤维外侧饰条。

Macan搭载的2.0升四缸涡轮增压发动机采用了先进的燃油直喷技术，输出功率高达237hp（174 kW）。整车从静止加速至100 km/h仅需6.9秒，最高时速可达223 km/h。Macan Turbo搭载了3.6升V6双涡轮增压发动机，可提供高达400hp（294 kW）的输出功率，整车从静止加速至100

km/h仅需4.8秒，最高速度达到266 km/h。Macan S配备了3.0升V6双涡轮增压发动机，输出功率高达340 hp（250 kW），整车从静止加速到100 km/h仅需5.4秒，其最高时速可达惊人的254km/h。三款车均搭载7速Porsche Doppelkupplung(PDK)保时捷双离合变速箱，均可选装Sport Chrono组件，加速性能可以得以进一步提升。

小党



沃尔沃汽车集团中国区日前宣布：今年6月在华单月销量达7583辆，再破单月纪录。上半年累计销量38555辆，同比增长34.3%。得益于中国、瑞典和部分欧洲市场强劲增长，沃尔沃汽车集团全球上半年销量累计达229013辆，同比增长9.5%，实现连续12个月增长。

沃尔沃在华销量增长的主要贡献力量来自于全面搭载Drive-E“E驱智能科技”动力总成的沃尔沃60系：其中沃尔沃XC60上半年实现累积销量16672辆，同比增长达38.3%，其中6月更以高达3250辆的成绩刷新纪录；专为中国优智精英家庭量身打造的沃尔沃S60L销量逐月递增，6月销量突破2000辆。沃尔沃V40上半年总销量达到5568辆，在细分市场继续保持领先。

沃尔沃汽车2014年陆续引进Drive-E“E驱智能科技”动力总成和Sensus智能车联交互系统，奏响以创新科技布局未来核心竞争力、推进品牌复兴的前奏。在技术革新的驱动下，沃尔沃汽车在华产品线升级动作频频。以年初引入V40 Cross Country为开端，沃尔沃汽车相继于2月推出搭载Drive-E“E驱智能科技”的全新60系，于7月推出搭载Sensus的2015款S60L、XC60、V60、S60 R-design和V40。

与此同时，渠道和服务升级为沃尔沃汽车的品牌和产品提供了更多的附加值。沃尔沃汽车于4月出台新车延保服务和全国统一基础保养标准，使其更贴合中国豪华车市场的消费需求，让消费者的用车成本更趋合理，全面提升客户满意度。

宝龙

沃尔沃上半年在华增长超三成

宝马3系长轴距推出马年限量版

7月1日，混合浓郁中国马年元素的BMW 3系长轴距马年限量版在中国市场正式发售，限量发售仅600台，两款车型的售价分别为42.78万元和48.98万元。

BMW 3系长轴距马年限量版选取最能代表速度和激情的朱砂红、雪山白两色作为车身颜色。新车型前脸设计更加浓重，极具运动感的黑色高光保险杠内格栅与黑色高光进气格栅相呼应，左侧8条进气格栅中还装点了一条标志性的红色格栅，辨识度极高。车门前方的限量版标识更显现

了马年限量版的独特身份。新车型标配18英寸双辐轮圈，其中朱砂红外观搭配熏黑红边设计轮毂，雪山白外观则搭配金属本色轮毂。

内饰方面，座椅、手枕、方向盘等真皮覆盖区域都采用红色缝线的对比色拼接工艺，座椅头枕上的象形中文“马”字刺绣凸显中国文化的时尚元素。配置的Harman Kardon Logic7高级环绕音响系统配有16个高性能扬声器，600瓦D级数字功放，营造出7.2声道的环绕声效，如同置身音乐会现场。

江美



6月26日，随着一辆流光金全新明锐缓缓驶下生产线，上海大众汽车迎来了第1111111辆轿车的下线。继2013年11月成为国内首家产量突破千万辆的轿车生产企业后，上海大众汽车再次刷新国内乘用车行业纪录，为企业30周年献上厚礼。

目前，大众及斯柯达双品牌形成国内分布最广、布点最完善的轿车营销与售后服务网络。今年1-5月，上海大众汽车累计销量已突破80万辆，稳居国内乘用车销量冠军。

阿晖



别克全新中型 SUV 将于年内上市

上海通用汽车7月1日宣布别克品牌即将推出一款全新高档中型SUV，英文名为“ENVISION”。新车将于今年年内在中国发布上市。

别克ENVISION是通用汽车全球全新一代战略车型，其设计

灵感来自于别克ENVISION愿景概念车，整车造型动感而不失大气，在传承别克家族化设计语言的同时，更凸显了品牌高档化、精致化的设计理念。基于通用汽车全球全新驱动平台，别克ENVISION将搭载全新一代动力总成，

采用通用汽车最新研发的全新四驱技术，并全系标配发动机启停技术。此外，新车在空间、安全、性能和配置等方面也将树立国内高档中型SUV市场的新标杆。

2014年是别克SUV家族的发力之年，继昂科拉和新昂科雷之后，别克ENVISION的上市将完善别克品牌SUV车型的产品矩阵，增强竞争力。