

临近年末,汽车市场“价格倒挂”现象愈演愈烈,在这波年底冲量降价的浪潮中或许没有绝对的受益者

谁是车市“价格倒挂”的幕后推手

■本报记者 王群

多款车型的汽车售价都低于进价,近乎全部的经销商都在亏本卖车。

这听起来令人难以置信的事情在近期的国内汽车市场却屡见不鲜,也让年末的汽车市场多了几分“疯狂”的意味。

根据近日全国工商联汽车经销商商会相关调查显示,近乎全部的经销商都反映存在价格倒挂问题。目前,除了保时捷等豪华品牌外,包括奔驰、宝马在内的一些高端品牌也出现了价格倒挂问题,中低端品牌相对则更为严重。据记者了解,倒挂最为严重的车型,价差甚至达到了19.5%。

经销商为返利亏本卖车

所谓的汽车销售价格倒挂,就是新车的销售价格低于经销商进货价格,毛利润为零,甚至为负数。进入2014年下半年,车市价格倒挂已成了汽车流通行业的常见现象,尤其是在汽车经销商年底冲量时期更是愈演愈烈。

那么,车市价格倒挂产生的深层次原因是在哪里?

一般认为,汽车经销商的库存高企是价格倒挂现象产生的直接原因。具体来看,汽车厂商为提高销量或产能严重过剩时,一般都会采取向经销商强制压库的方式“逼迫”经销商买车,经销商库存系数随之增大。尤其是在年终,各大厂商纷纷为冲刺全年销量目标而向汽车销售商施压,但在市场需求并不旺盛的情况下,经销商只能迫于市场经营压力不惜亏本卖车,以缓解库存和资金压力,达成销售目标拿到厂商年终返利,价格倒挂问题随之产生。

根据中国汽车流通协会发布的最新的“中国汽车经销商库存预警指数”报告显示,2014年11月库存预警指数达到65.7%,环比上升10.7个百分点,再次处于警戒线水平以上。

国机汽车股份有限公司市场营销部高级经理王存告诉记者,“目前国内汽车经销商普遍面临高库存的困境,这一方面会占压不少的资金,另一方面由于汽车供应商在年底会有相关考核,经销商只有完成供应商制定的销售任务才能获得销售返利、提车返利等一系列返利,这种情况下,大多数汽车经销商便会亏本卖车,失去销售利润。否则库存时间越长,越不容易卖出去,最后受损最严重的还是经销商。”

也有业内人士指出,当下经销商为了消化掉库存往往要支付更高的财务成本和促销

成本,但有时厂家的返利并不足以抵扣这部分成本,而且虚报销量也会影响厂家制定下一阶段市场政策,继而使行业陷入恶性循环。

供应商“难辞其咎”

11月17日,全国工商联汽车经销商商会向汽车供应商和汽车经销商发出倡议,督促汽车供应商采取切实措施解决汽车销售价格倒挂问题。

倡议特别指出,当前汽车市场价格倒挂的现象是由多方面因素造成的。首先,导致价格倒挂问题频发的最主要原因是汽车供应商的产能严重过剩。另外,汽车供应商不合理的商务政策和搭售行为、集团目标考核绑定及滥用市场支配地位等行为,推高了汽车经销商的运营成本,也是导致汽车销售价格倒挂产生的重要原因。而汽车经销商自身运营能力弱、融资成本高等因素也不容忽视,在一定程度上成为价格倒挂现象的推手。

倡议建议,汽车供应商应该合理规划产能,避免产能严重过剩,同时应当尊重与汽车经销商的平等合作关系,不得为实现其经营目的而以各种理由强制要求汽车经销商超库存提车,让经销商承担额外的库存和资金压力。而经销商则应关注自身盈利能力建设,提高自己的服务质量,降低运营成本,对汽车供应商不合理的行为说“不”,如过高的销售任务、搭售滞销车辆、集团目标考核绑定等,不为短期利益而虚报销量。

由此看出,经销商无奈“低价换市”,供应商可谓“难辞其咎”。

全国工商联汽车经销商商会执行副秘书长朱孔源曾指出,一些汽车供应商,由于前期的市场预判不准确,造成产能过剩,同时在定价方面片面追求高价格,没有正视市场的实际需求,最终给汽车经销商造成巨大的压力。他透露,今年各大车企的增长目标都在20%左右,但是市场实际销量的增长却只有10%,这从根本上导致了供需矛盾的出现。

在这种情况下,有的经销商今年库存系数达到了6(库存系数是指库存数和销售数的比值,库存系数到6就意味着库存有600辆车,而销量只有100辆车。),普遍超过了1.5的警戒线,经销商要消化库存盘活资金就要低价抛售。

中国汽车流通协会秘书长肖政三则认为,造成汽车供应商盲目乐观并最终导致高库存的根本原因是当前汽车产销体系的失衡。其实,从二季度起已显示出市场增长乏力的迹象,但各大厂家为完成过高的销量目标,掀起一波压库潮,使经销商的经营风险陡增,承担额外的库存和资金压力,影响可持续发展。于是便有了厂家净利润每年水涨船高,经销商单车毛利率却日渐走低,且渠道亏损面持续扩大的非理性局面。

消费者未必是受益者

经销商虽然遭受巨大经营压力,但年末车市优惠力度的持续加大却让诸多购车族兴奋。

据中国汽车流通协会预计,2014年12月份市场需求将出现增加,但由于年底厂商冲击销量任务,经销商提车任务量加大,库存压力可能会进一步加大,这意味着消费者将会享受到更多的低价优惠,从这个角度看,消费者成为了此番价格倒挂浪潮中的受益者。

王存也认为,年底经销商的冲量期的确是消费者购车的好时机,不少进口车的优惠幅度都已超过10%。

然而,也有观点对此持否定态度。

有分析指出,经销商亏本卖车是属于岁末的无奈之举,不可能无条件地让利给消费者。消费者虽然在购车环节上能够享受到不小的实惠,但在用车环节上还要借助经销商提供的售后服务,经销商或许在该环节想办法获取更大的利润,摊平新车销售上的损失,如将低配车型搭配汽车精品后抬价销售,赚取高额的精品费;要求消费者必须在店内购买保险,上牌,否则不予卖车;在售后环节中的维修和保养项目中暗藏心思,让车主花费比外面维修店更多的钱,这同样会对消费者产生不利的影响。

业内专家指出,从长远来看,价格倒挂



2014年长春冬季汽车展销会日前举行,商家年底冲量销售,打出多种“促销牌”,吸引消费者前来选购。新华社记者 张楠 摄

问题的出现与当前的市场产销体系、现行4S店的经营模式以及汽车供应商市场预判、商务政策以及汽车经销商自身运营能力有着直接的关联。价格倒挂现象的愈演

愈烈,对汽车厂商、经销商、消费者乃至整个汽车行业而言并无益处,如何找出高库存的成因,提早对高库存进行预防,才是当务之急。

“价格倒挂”何时休

■文岩

今年以来,汽车价格倒挂问题日趋严重,经销商对盈利的预期逐月下降。业内普遍认为,价格倒挂不但威胁汽车经销商的生存和发展,还严重影响了汽车产业的发展前景,最终将损害广大消费者的权益。

纵观今年各大汽车厂家的年度销售目标,无论去年目标是否达成,今年的预期增幅少则百分之十几,多则百分之几十。其实,从二季度起已显示出市场增长乏力的迹象,但各大厂家为完成过高的销量目标,掀起一波压库潮,使经销商的经营风险陡增,承担额外的库存和资金压力,影响可持续发展。于是便有了厂家净利润每年水涨船高,经销商单车毛利率却日渐走低,且渠道亏损面持续扩大的非理性局面。

业亏损的覆辙。

日前,全国工商联汽车经销商商会在京发布公开信,督促汽车供应商严格遵守《中华人民共和国反垄断法》,不要滥用市场支配地位,采取切实措施解决汽车销售价格倒挂问题。目前商会已将相关材料报送了全国工商联法律部。下一步,商会将成立法律工作委员会,代表经销商采取法律手段向汽车供应商进行集体维权。

与此同时,由商务部主导的《汽车品牌管理办法》修订征求意见稿正在酝酿之中。新的《汽车品牌办法》虽保留了厂家授权机制,但弱化了品牌,重点规定了一些公平交易原则,比如搭售和厂家强力要求经销商完成销售数量等规定都有涉及。相信新的《汽车品牌管理办法》出台后,将为解决价格倒挂,改善经销商地位提供一定的政策支持。

11月我国汽车销量增速趋缓

本报讯(实习生韩伟 花梦然)中国汽车工业协会日前发布的数据显示,11月,汽车产销形势总体稳定,环比和同比略有增长,较前10月增幅继续小幅回落;前11个月汽车产销分别为2143.05万辆和2107.91万辆,同比增长7.21%和6.14%,增速连续第9个月下滑。

“汽车销量增速明显走低,且呈现趋缓性下滑,短期内这种势头可能还会延续。”中国汽车工业协会常务副会长董扬说。数据显示,今年年初,前两月汽车销量累计同比增速还能达到10.7%,随后持续下降,而去年销量累计增速普遍在12%以上。

增速的持续走低,令汽车市场从某种程度上进入“准存量”竞争格局,各大汽车品牌纷纷出招争夺持续少掉的增量部分。其中,自主品牌多采用低价策略,而研发和资金实力较强的外资品牌普遍运用的策略是加速

推新车型。

在乘用车领域,与去年同期相比,今年11月轿车的产量下降了4.73%,销量依然达到107.43万辆,占据乘用车总销量的60.51%。同样,我国乘用车市场的疲软导致厂商和经销商库存压力增大。

“根据我们的了解,今年国产汽车库存确实比较高,这应该引起全行业的警惕。”中国汽车工业协会常务副会长董扬说。到目前为止,今年大约增加了35万辆库存,增幅达30%,这一增幅远超汽车销量的整体增幅。

董扬介绍说,汽车销量不能维持较高增长将成为未来的常态,而在今年的销量压力下,厂商调整重点是“正常现象”。按照中汽协的预测,“明年汽车的产销总量增幅将与GDP的增幅差不多,在7%左右。”也就是说,增幅相对今年将进一步下降。

0.05),同比增长4.6%;从2014年各月库存系数看,从6月份开始库存明显加大,前11个月库存系数超过1.5的就有6个月,相比去年同期明显加大。年初,厂家排产普遍较高,而临近年终,汽车厂家为了完成销量目标,向经销商转嫁压力,将产出一味压给经销商,“例行”压库,可谓雪上加霜。目前国内超过60%的经销商正处于亏损或收支平衡阶段,最大的问题就是来自库存,对此,有关专家曾很不乐观地预计11月份库存系数将达到2,说明风险由来已久。暴露出汽车行业现行产销体系的问题,一是汽车产能建设和产能释放过快与市场需求放缓的矛盾,另外现有的汽车品牌销售管理办法,对厂家强势地位限制不够和致,值得深刻反省。

面对居高不下的库存,行业专家预计12月份市场需求增加,但由于年底厂商冲击销量任务,经销商提车任务量还将继续加大,库存压力进一步加大。而要改变目前这种局面,釜底抽薪的办法就是改变已经实施10年之久的《汽车品牌销售管理实施办法》。据了解,目前《办法》的修订细则基本已经确定,近期就会在商务部官网上进行公示。修订后最大的变化就是名称中不再有“品牌”二字,但《办法》的核心——授权制度依然会保留;授权制度的保留,意味着汽车厂家的强势地位不会发生根本上的改变,库存居高不下的现象将难以杜绝,经销商的日子恐怕依然不会好过。

■李永均

近日,美国商务部公布初裁结果,认定自中国输美乘用车和轻型卡车轮胎产品获得不当政府补贴,补贴幅度为12.5%至81.29%,美国要求发展中国家其补贴幅度不超过2%,发达国家其补贴幅度不超过1%,美国拟对此类产品征收反补贴税。中国海关统计结果显示:2013年,中国轮胎出口至美国的金额为33.4亿美元。有关机构据此推断,美国拟对中国出口乘用车轮胎和轻型卡车轮胎征收反补贴税,涉及金额逾30亿美元,这个初裁结果在中国汽车轮胎行业引起不小震憾。

美方此次公布的结果,只是关于反补贴的初裁,而关于“反倾销”的调查结果将在明年1月公布。估计商务部将于明年4月就反补贴调查作出终裁,美国国际贸易委员会将于明年5月作出裁决,如果二者都作出肯定性终裁,美国海关将正式开征反补贴税。

面对美国商务部可能推出的新一轮制裁,业内人士担忧地指出,几年前“特保案”加征的最高35%的关税还能被国内企业和国外客户消化掉,那么这一次60%的关税将是对中国轮胎企业的致命一击。有关专家估计:“美国这次‘双反’,有可能对中国出口至美国的乘用车轮胎和轻型卡车轮胎征收60%的关税,很可能是持久的。这将给中国轮胎

新一轮“双反”拷问中国轮胎业

行业出口以沉重打击。

中国素有“世界轮胎工厂”的称号,全球主要的75家轮胎生产商中有26家中国企业上榜。截至2013年底,全国共有数千家轮胎生产企业,但多为小企业,规模小,盈利能力低,抵御市场风险能力弱。在这样的情况下,依旧有新产能不断上马。而这部分新产能,将是此次美国“双反”的最大受影响者,一部分中小轮胎企业或将面临生死考验。

更可怕的是,此次美国“双反”会形成连锁反应。随着世界经济的不景气,贸易保护主义将重新抬头,其他国家纷纷效仿美国,对中国轮胎产品提起类似调查。如不久前,俄白哈关税同盟效仿美国,对中国进口的货车、公共汽车、无轨电车和拖车轮胎进行反倾销调查,涉案金额达4亿美元,就是一个糟糕的信号。

之前,中国轮胎行业已经先后遭到澳大利亚、巴西、秘鲁、埃及、阿根廷、土耳其、南非、墨西哥、印度和美国等10多个国家发起的“双反”调查,而此次美国开征反补贴税更

“网络租车”借助车改步入快车道

■新华社记者 郭宇靖 阳娜

“租车公司可以提供奔驰车接送服务,既有面子又省人手。”北京利达汽车租赁公司的卢先生对记者说,消费者购买租车服务越来越方便,有的可以按天计费,还有的可以按小时计费。

分析人士认为,“约租车”迅速兴起可能与汽车过剩或国有单位车改有关,同时,从“神州租车”、“一嗨租车”等公司陆续上市情况看,也表明资本市场对租车业的前景看好。

移动互联助租车市场崛起

几十块钱就能雇个专职司机?在北京中关村工作的白领陈小陈对记者表示,近日她通过手机预订出租车上下班,竟然享受了类似专职司机的服务。她所描述的,正是眼下火爆的“约租车”平台。滴滴打车创始人程维对记者介绍,当前该公司的专车业务迅速增长,已在全国有一万多辆车辆规模。

“约租车”平台或许是租车业的一个缩影。神州租车董事局主席陆正耀表示,中国大量有照无车“本本族”的出现和公车改革

程黎森认为,私家车借助软件拿订单,而平台公司则通过四方协议,打了法律的“擦边球”,这种状况亟待有关方面进行规范。

车改资源能否再添“一把火”

当前我国正在进行公车改革,要求取消一般公务用车,从严配备定向保障的公务用车。数据显示,在公车使用过程中,每公里成本费用大大超过市场运营车辆,而使用效率大大低于市场运营车辆,导致国有资产的浪费。如果开展租车服务,可以减少这些资源的浪费。

全国乘用车副秘书长崔东树说,我国租车市场规模有限,无法满足消费需求,也带来了租车的高成本和高价格。未来应鼓励更多车辆进入租赁行业,既解决就业问题,也方便居民出行。

另一方面,影响租车发展的环境也需要改善。一些出租车被恶意骗取、抵押等案件的发生,给租车企业带来严重的财务损失,成为行业发展的一个突出问题。崔东树建议,加强社会征信体系建设,促进租车企业与银行、公安等部门之间的合作,防范和打击租车市场违法行为,降低运行成本。

11月北京新车交易 终结连续7个月同比负增长

本报讯(记者王群 实习生花梦然)近日,北京北辰亚运村汽车交易市场中心发布报告显示,11月份北京新车交易53800辆,同比增长3.86%,高于全国1.56个百分点,环比增长37.95%,高于全国32.74个百分点。进口车交易7720辆,同比增长51.37%,环比增长54.4%,占京城新车交易总量的14.35%。成交过户二手车5.7万辆次,同比增长-15.05%,环比持平;外迁率35.26%,新旧车交易比例1:1.06。

报告指出,经过10月份市场调整积淀后,在政策末班车及传统冲量月各类促销措施刺激等多重因素撬动下,京城市11月中下旬呈现了传统旺季表现,新车交易终结了连续7个月的同比负增长,新车及进口车销量创今年新高(除1月份之外),京城市仍然保持历年“金九十铂金十一月”的低价。

另外,“双11”期间新车网购预订仍然火热,主流品牌均参加了“双11”电商平台售车预订活动,二手车电商挑战电商巨头,线上线下O2O营销模式进一步推进。值得一提的是,“双11”消费的“双特”(特定时间,特卖价格)成为吸引消费者的最大卖点,而网上购车的新潮消费方式,促使厂商寻求更加有效的营销模式。

据北京北辰亚运村汽车交易市场中心副总经理颜景辉介绍,11月份,新车销量增长,库存系数有所降低的助力因素主要有六项:价格优惠促销力度大;商拓展金融服务,设计销售新组合;进口车国产化车型增加,为消费升级提供了更多产品选择,有利于提升合资品牌车型销量;年底资金回笼增加消费,有利于新车销售;自主品牌产品特色突出,市场稳固发展;价格优势及新老款车型交接使京城外埠销量增加。

另外,APEC会议期间6个省市汽车限行及停止一站式服务导致北京市在11月上旬“物流、人流出不去,进不来”,商家以消化订单为主,对销售影响较大。

据北辰亚运村汽车交易市场中心预测,临近岁末,北京新车价格优惠将有所回调,热销车型趋于紧俏,部分持币待购消费者或将出手购车。预计北京2014年全年新车销售55万辆左右,呈现累计同比6%~7%的负增长。二手车成交过户辆次预计与去年持平或微增长。

欧盟拟强制新车安装紧急呼救系统

据新华社电(记者张晚晓)欧盟理事会日前发表的公报说,欧盟常驻代表委员会与欧洲议会已就在欧盟范围内强制新车安装“eCall”紧急呼救系统达成一致,但这一议案还有待进一步审议。

“eCall”是欧盟力推的交通事故自动呼救计划所使用的通信系统。欧盟理事会的公报说,这一系统可在车辆发生交通事故时自动拨通欧盟范围内的“112”救援电话,有助于加快施救速度,减少交通事故造成的拥堵成本,便于提供救援服务且有助于保障救援人员自身安全。

此外,该系统也可徒手操控,不妨碍其自动拨打“112”电话。在不影响正常行驶的前提下,车主还可利用该系统登录使用其他服务项目。

欧盟理事会说,欧盟范围内的汽车制造商预计最早于2018年3月31日起在所有新车上安装这一呼救系统,支持该系统运行的基础设施架构按相关要求将于2017年10月1日落实到位。

按计划,欧盟理事会将于本月17日就上述强制性议案达成必要协议,欧洲议会将在2015年年初对该议案进行投票表决。

刹车失灵遭集体诉讼 日产将赔偿解决

本报讯 据外国媒体报道,日产北美公司相关车型因刹车突然失灵而遭到集体诉讼。日产现已同意赔偿诉讼人每人800美元(约合4950元人民币)作为补偿。

据了解,约35万辆日产汽车面临此问题,包括日产Armada、日产Titan等车型,均为2014到2008年款车型。

日产美国分公司将会赔偿集体诉讼者每人20元到800元不等赔偿金,包括支付修复或者更换刹车的费用。

因高田气囊问题 克莱斯勒召回20.8万辆车



在美国监管机构的压力下,克莱斯勒集团日前宣布,将会扩大现有高田公司安全气囊相关召回行动的范围,再召回208783辆车。在本次公告之后,克莱斯勒于今年6月份以来因为高田安全气囊相关问题的召回数量已经达到了61.7万辆。全球十大汽车制造商已经召回超过1070万辆使用高田安全气囊的汽车。这些气囊使用的充气装置可能爆炸,并喷射出金属碎片伤及驾驶者和乘客。

东方IC供图