

# 车企“组合拳”抵挡市场“寒冬”

■李永钧

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相。这些招数能否驱散市场的“寒意”?

## “官降”风暴来袭

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,车企“官降”潮来势汹汹。

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,对上半年整个汽车市场最大亮点的自主品牌带来压力。伴随着合资品牌的价格挤压,自主品牌的高性价比优势将不复存在,可能面临新的市场危机。

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,无疑是自主品牌无奈的选择。业内专家预计,其他自主品牌卷入“官降”风暴也只是时间问题。

“几家车企相继宣布官降,一是为了提高产能利用率,二是释放库存。”中国汽车流通协会市场分会副理事长苏晖如是认为。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。

还有业内人士认为,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。当微增长成为中国车市的常态时,“官降”或许是一种进步。此外,一些车企已开始缩减产能,调整销售目标和商务政策,缓解市场的压力。

## 售后服务火拼

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掀起新一轮的“服务运动”,以大力填补销售市场下控空白。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10万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”可以省去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,还有可能涉及其它大众集团品牌。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,经销商可对车辆进行回购。

业内人士分析,豪华车品牌在售后方面开始寻求打破传统“养车难”格局,培养买得起也用得起的消费观,进而带动消费信心。售后市场的创新与改革,应是切实可行的第一步。

## 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;比亚迪与西安银行股份有限公司设立比亚迪汽车金融有限公司,将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店经销商展开合作;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3日,上海通用汽车宣布雪佛兰电商自平台正式上线。作为业内创新创建完整自有电商平台的汽车品牌,雪佛兰正试图为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,在下半年车市“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。

## 4000万辆产能压力下,汽车产业面临系统化调整

# 厂家应从“横向扩张”转为“纵向深耕”

■文岩

今年是“十二五”规划的最后一年,各大汽车集团纷纷要交出阶段性的成绩单。大众、通用、本田、日产等跨国汽车集团在华合资车企都加快对中国市场的产能布局。与此同时,国内自主品牌也在加快扩产步伐。今年我国汽车产能可能达到4000万辆,即使乐观估计,今年中国汽车的销量增长最多7%左右,约为2500万辆,意味着至少将有1500万辆的产能被闲置,车企高歌猛进的扩产计划让产能过剩问题凸显。

汽车行业产能过剩在2009年、2010年就曾出现过,但过剩产能很快被快速增长的市场消化掉。而今年的产能过剩与此前的情形明显不同,市场增速低于产能扩张的速度,汽车产业已面临车企产能利用率下滑局面。

IHSAutomotive公司的分析显示,中国汽车行业的产能利用率将从2010年的91%,下降至2015年的68%,其中自主品牌产能利用率低于50%。长城汽车2015年的规划产能为180万辆,预计销量为85万辆,产能利用率47%;吉利、奇瑞等自主品牌产能利用率低于长城汽车;一些中小自



主品牌的产能利用率则更低。

业内专家预计,在车市增速逐渐放缓的情况下,行业供求矛盾日益突出,结构性矛盾比总量的矛盾更突出,预计将延续到2016年。

汽车企业在很长一段时间内热衷于规模扩张,通过扩大产能、增加经销商数量来提升销量。时至今日,外部环境已经发生急剧变化,尽管业界仍然对车市是持续增长还是负增长争论不休,但毋庸置疑的是,汽车市场已经迎来新的转折点,进入了微增长时代,扩大规模的老路再也走不通了。车企应从根本上转变观念,由横向扩张向纵向深耕转化。

一是眼睛向内,练好内功,加大技术创新,加快转型升级。通过提升品牌优势抢占更多的细分市场,以快速增长的销量源源不断地消化掉产能。中国汽车市场正在从卖方市场向买方市场转移,面对市场发生的变化,深入市场调研摸清消费者需求更为重要,应根据市场的需求变化,主动调整自己的产品结构和生产数量,为市场投放适销对路的产品。

二是今天的竞争不是一家工厂和另一家工厂的竞争,而是演变为一个集团与另一

个集团的竞争,一个联盟与另一个联盟的竞争。大自主、大协同是化解产能过剩的有效途径。在欧洲,很多跨国集团都已经实现跨平台生产线,比如标致、雪铁龙、菲亚特、雷诺等14个品牌车型在一个生产线上。但在国内目前跨品牌、跨平台的供应生产线比较少,这恰恰是国内车企应该去尝试的。

三是长期以来,厂家为经销商制定一系列高压政策,使经销商面临生存危机。在汽车进入买方市场的今天,车企如再以往日的手段来压经销商,其结果只能是两败俱伤。作为一个共同体,厂家要与经销商齐心协力,共渡难关。这就需要下决心改善调整与经销商的关系,变“父子”关系为“兄弟”关系。只有经销商日子好过了,厂家利益才能得到更长久的保障。

四是随着工业4.0的到来,中国汽车行业也进入了一个转型期,智能汽车、新能源、汽车电商等喷薄而出,要想在未来占领先机,转型势在必行。例如智能化生产提升生产效率,建立柔性的产能机制。另外,车企需要思考在电商盛行的今天,开拓形成电商、经销商和车企之间完整互利的全新商业模式。可以确定的是,未来车市的强者已与规模无关。

## 福建自贸区试点平行进口汽车

本报讯(记者吴锋思)日前,福建省商务厅联合省工商局、厦门海关、福建检验检疫局下发《关于福建自贸试验区开展平行进口汽车试点工作的通知》,这标志着福建自贸试验区正式启动平行进口汽车进口试点。平行进口汽车,是指未经品牌厂商授权,贸易商从海外市场购买,并引入中国市场进行销售的汽车,也就是俗称的“水货”汽车。国内进口车价格虚高一贯饱受诟病,业内认为,平行进口车比中规车要便宜10%至20%。通知的下发,为“水货”汽车的合法开卖指明了方向。

符合以下条件的企业可试点该业务:从事汽车销售业务1年以上,注册资本1000万元以上;具备与经营规模相适应的自有或委托第三方保障的具备汽车维修、零部件供应、信息服务等相应功能的网点与设施;自建或委托的售后服务平台应向所在地片区管委会备案;信誉良好,具有采购、销售渠道和汽车销售服务行业经验;在自贸试验区区内注册具有汽车经销资质的全资子公司或控股公司,作为平行进口汽车试点的经销商。即日起,符合试点条件的企业可向所在地片区管委会提交试点企业申请材料,经片区管委会认定并出具认定文件,再报福建省或厦门市商务主管部门,转报商务部备案后才申领汽车进口许可证。

由于平行进口汽车打破了4S店单一渠道购车的垄断,绕过了总经销商、大区经销商、4S店等销售环节,消费者将能以更便宜的价格购买到进口汽车,尤其是进口豪华车。一辆市场报价100多万元的路虎揽胜车型,在平行进口渠道比4S店渠道要便宜近20万元。

业界人士表示,平行进口汽车的试点,为国内汽车代理商开辟了全新的进口通道,将会对现有进口汽车市场格局带来一定冲击,通过竞争会拉低整个进口车的价格。整体而言,对消费者是利好。

## 北京石油联手北汽打造充换电站

本报讯(记者孙喜保)7月3日,中石化北京石油与北汽新能源签订战略合作协议,双方将合作开展新技术、新产业在企业生产和管理中的应用。

当下,充电难、充电时间长、续航里程短的问题,一直困扰着新能源汽车用户,特别是以运营效率为核心的电动出租车司机,成为制约出租车电动化的最大掣肘。而中国石化北京石油与北汽新能源主要驾驶的580余座加油站,每天服务30余万车主,此次与北汽新能源战略合作,充分利用加油站网络资源建设充换电站,搭建全方位的充电、换电服务平台,不仅为电动出租车提供换电服务,还为广大的纯电动汽车用户提供充电服务,将大大方便人们的绿色出行。

中国石化北京石油副总经理朱汪友介绍,此次与北汽新能源的战略合作为中国石化北京石油在新能源业务发展方面创造了新的契机;北京石油将在9月底建设完成2-4座充换电站并进行示范运营,后续根据电动汽车推广进程进行充换电站的配套建设,全力打造北京市充换电站群。

## 山东新能源汽车订单快速增长

本报讯(记者丛民)记者从山东省财政厅获悉,今年以来,山东省主要7家新能源汽车生产企业销售订单及意向销售呈现出爆发式增长,预计今年销售收入较上年增长4倍达到约70亿元。

据了解,新能源汽车补贴政策实施以来,山东省聊城中通客车控股股份有限公司、济南重汽集团豪沃有限公司、临沂沂星电动汽车有限公司等7家新能源汽车生产企业销售订单及意向销售呈现出爆发式增长态势,预计全年销售新能源汽车19820辆,较上年销售1810辆增长9.95倍。山东省财政厅相关负责人表示,随着城市交通拥堵和大气污染防治形势日益严峻,在国家与省两级利好政策共同推动下,新能源汽车产业将成为山东省新的经济增长点,并为加快汽车生产企业转型升级提供强劲动力。

## 2015环青海湖电动汽车挑战赛收官

本报讯(记者那生祥)6月18日,2015环青海湖(国际)电动汽车挑战赛,完成全程12个赛段共981.4公里的赛程在西宁收车。

本届赛事是世界首次由专业机构提供权威评测的电动汽车赛事,也是世界第一档海拔最高的自驾竞技活动,吸引多家中国自主品牌电动汽车参赛。

赛事经过包括快充能力、设计配置、爬坡能力、节能能力、续航能力、短道拉力赛等测评环节。经过专业测评,北汽集团获得“新能源汽车行业领头车”金铃奖,派出参赛的北汽新能源ES210、EV200共摘得最佳空间设计奖、最佳外观设计奖、最佳性能奖等10个奖项。



6月30日,斯柯达品牌迎来了120周年生日。当天,斯柯达与新一代城市自行车公司柒佰(700Bike)合作成立了“媒体自行车骑行俱乐部”,希望让更多人感受“充满活力”的生活方式。(于宛尼)

## 车主诉天津一汽骏派D60异响

本报讯 尽管今年汽车市场低迷,但天津一汽仍然确定了骏派D60六万辆的销售目标,足见已经连续两年亏损的天津一汽将“扭亏”的希望寄于其身。然而据中国汽车质量网(车质网)消息,目前骏派D60的产品质量却面临着预警。

数据显示,车质网已累计接到多宗骏派D60相关投诉。有关质量问题的投诉中均涉及车辆异响及噪音问题,其中反映发动机舱传出“哒哒”异响声的投诉占据了总投诉量的77%。

车质网称,骏派D60动力总成包含两款不同排量的发动机,分别为CA4GA5型号1.5L发动机(同威志V5)和2ZR型号1.8L发动机(同卡罗拉),其中有60%的投诉来自于2ZR型号1.8L发动机车型。

尽管骏派D60上市时间并不长,但在此前威志V5及卡罗拉同型号发动机车型中,异响问题同样在车质网的投诉中有所涉及。而从骏派D60车主所反映的情况看,发动机“哒哒”异响及噪音大问题的诱因,似乎与空调系统有关。

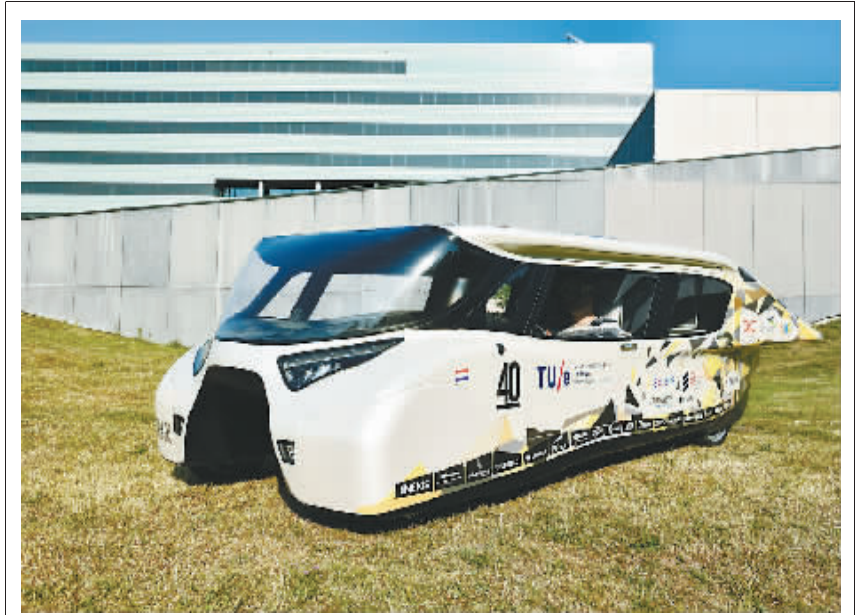
湖南的陈姓车主在投诉中表示,由于最近气温不断上升,发现车辆在行驶中散热风扇一直运转,导致发动机噪音变大。

而来自江苏的王先生也发现,在使用空调后散热风一直运转。不仅如此,空调压缩机每隔5到10秒频繁启动,此时发动机舱伴有“哒哒”的异响声。

车质网的投诉信息显示,异响问题也与发动机转速有关。有部分车主表示,当车速达到20~35公里/小时、转速低于2000rpm时加速,发动机同样会发出“哒哒”的异响声。而当转速超过2500~3000rpm时,异响会慢慢减小然后消失。经车主到4S店检查后得知,此异响问题应与发动机正时链条有关。

业内人士表示,无论是空调压缩机启动还是起步加速,“哒哒”异响声均为发动机工作负荷增加状态下产生。然而正时链条系统产生异响,往往意味着链条张紧度不够,可能会导致链条和其它机械部件摩擦,会在今后发动机的使用中埋下隐患。

虽然目前故障原因仍未盖棺定论,但厂家及4S店与消费者的博弈仍在进行中。(于焱)



## 荷兰开发第二代家用太阳能车 一次性可行驶600公里

比较常见的太阳能汽车大多都是供单人使用的,在乘客较多时很难派上用场。为了解决这一问题,埃因霍温理工大学的Solar Team Eindhoven团队曾在2014年制造出了名为Stella的世界首辆家庭用太阳能汽车。而如今,该小组在此前的技术基础上开发出了新一代太阳能家用车。这款产品采用了高效太阳能电池和轻量化车身,配有后备箱,一次能行驶600公里,方便一家人出行。 东方IC供图

# MPV销量“跳崖”敲响警钟

■雍君

今年二季度,历经两年“井喷”之后,MPV市场突然来了个“急刹车”,产销量出现环比负增长趋势。中国汽车工业协会统计数据,5月,我国MPV市场产销量分别为15.85万辆和14.05万辆,环比分别下降15.77%和15.88%,同比增长亦失去以往动辄50%左右的幅度,分别为7.86%和22.15%。这是该市场自4月起,出现第二个环比下滑的月份,正遭遇2013年以来的首次“严寒”。

2013年,MPV市场创下同比增长1.6倍的销量增速,在随后的2014年,该市场再以46.79%的销量增幅领跑国内整体车市。但进入今年第一季度,MPV市场销量同比增幅

已缩减到19.30%。在第二季度,这一市场的“好日子”正式告终,销量环比开始出现明显下降。

虽然从5月的数据来看,MPV市场销售的绝对数值比去年同期稍有增长,但从目前情况看,国内MPV市场“节节攀升”的局面已成过去,从前两年的“领涨”位置陷入“领降”困局。之前越来越多车企看好MPV市场而纷纷布局,经过两年的爆发期之后,MPV出现了毫无预兆的颓势之态,令很多车企都措手不及。

MPV的销量“跳崖”给车企敲响了警钟。这种不同于轿车市场的急剧下滑,是多方面因素共同导致的结果。

有业内专家分析,前两年的MPV销量

增长是不理性的。MPV具备两厢式结构、车内空间宽大,可以供5~8人乘坐,消费者对MPV的定位为“商客两用”车。以上特点虽然满足了家庭出游和商务差旅需求,但在日常工作与生活中使用率较低且油耗较高,势必导致比轿车与SUV市场更易饱和。

大型SUV的出现与交叉型乘用车的改良亦对其市场空间进行了一定程度的挤占。特别是随着近几年的发展,SUV与交叉型乘用车都在向MPV领域靠近,MPV的概念也越来越模糊,这是导致市场急剧下滑的重要原因。

另外,国家对节能减排方面的政策出台和油价居高不下等状况,也让MPV颇有车