网上购车玩的是什么

汽车营销开始触网 四大模式各有盘算

不团购，不玩微博，你绝对 OUT 了。下一个网络流行玩意儿，也许就是网上购车。自从不久前，淘宝网上 205 辆奔驰 smart 在 4 个小时内被“秒杀”成功后，给网上购车注射了兴奋剂，似乎“一点鼠标，新车立马送到家”的网络购车模式即将到来。其实，汽车厂家都心知肚明，真正意义上无人销售的汽车网络销售很难实现；网络卖车的意义更在于品牌宣传、收集信息，或者说，就是一种变相的促销模式。下面为您揭秘目前市面上流行的四大网络购车模式。

模式一：与门户网站合作 抢订单

其实，早几年在门户网站就能看到如荣威、比亚迪、一汽马自达、吉利、中华等汽车品牌开设有网上 4S 店。任选一家店，轻点鼠标，便可进入展厅，里面均展示着多款车型。有的还可以通过鼠标移动、点击，360 度观察车子的外观，并进入车内观察内饰和配置。界面上还有相应车型的技术参数、试车报告、高清视频、用车成本分析及同类同价车对比。有的网店还有“服务专员”全程陪同。这样的网上 4S 店更多的意义在于展示，提供给网友一个购车参考。

随着互联网的迅猛发展，商家看中了网络的力量，纷纷推出网络订车服务。近日，海马汽车借全新福美来三代上市之际，推出活动网络订购活动。凡是成功在网络订购的车主，可凭短信获得 200 元购车优惠等大礼。同时，将活动链接转发好友参与，人气最高的前十位网友还可获得最时尚 Wii 游戏机。对此，海马汽车市场部接受记者采访时表示，海马并无意试水网络卖车，只不过这次与专业汽车销售网站合作，借助网络的力量，为新车争取更多的订单。

模式二：厂家自推网络体系 目标客户营销

东风日产玛驰是第一个厂家自行研发的网络销售体系。东风日产市场部桐田副部长在接受记者采访时表示，截至目前，玛驰的销量突破万台，其中网上接到的预售订单超过 8000 张。可见，东风日产针对玛驰推出的网络销售计划是很成功的。

记者来到东风日产某 4S 店采访时，市场部经理王女士表示，本店上个月卖出的玛驰销量中，有一半是通过网络实现订单交付的。据介绍，从网上下订单的消费者可以享受到几百元不等的优惠，而如果直接在 4S 店购车没有任何优惠。

对于具体的操作模式，销售顾问告诉记者，网友从网上下订单，最终到选择的 4S 店提车，以及日后的售后保养。由此可见，玛驰的网上购车并不是通过网络来进行实际的销售，而是通过网络在预售期进行网络的预订。东风日产看准的就是其目标顾客（80 后）习惯使用网络购物。

玛驰的成功让东风日产尝到了甜头。桐田表示，网上购车是顺应电子商务发展的必然趋势，一旦适应东风日产未来的网络市场营销的战略需求，会在未来的车型上推广。

模式三：团购 smart 低价促销

截至目前，smart 在淘宝网上的成功“秒杀”案例只能说是个案。24 秒即售出第一辆，6 分钟后售出 55 辆，4 个小时后 205 辆奔驰 smart 全部告罄，原定持续 21 天的活动提前结束。这是团购网站中单价最高、成交最快的纪录。而奔驰 smart 线下销售一年的销售量也只不过是 500 辆。另据内部人士透露，自 smart 上市以来，销量一直不尽如人意，奔驰方面曾打算投入一大笔广告费用，这下可省下了不少。

奔驰公关部在接受记者采访时表示其成功在于，奔驰借助淘宝的成熟平台，在最短的时间找到众多目标消费者，是一个非常精准而高效的营销方式。

团购最大的魅力在于价格便宜，此次 smart 的成功也不例外。而团购最大的弊病在于，后期的服务良莠不齐。为此记者采访了一家 smart 经销商——北星行，其相关负责人表示，smart 线上团购中，北京地区的订单为 40 多个，在一个月内都实现交付，售后服务也跟线下购买者是一致的。

模式四：吉利淘宝开店 淘车难

如果说，以上三种模式未成气候。那么吉利与淘宝合作的“汽车网店”让业界期待。负责该项目的吉利销售公司副总经理陈洪生在接受记者采访时表示，除了“吉利与淘宝合作的‘汽车网店’计划将在今年年底上线”之外，其他细节不方便透露。

不过，网友想实现真正意义上的网上淘车恐怕也难以实现。陈洪生表示：“汽车这个大物件，你看不到、摸不着，有谁会买呢？”由此可见，吉利淘宝店最多也就是充当订购的作用。

据悉，吉利部分车型将作为首批线上销售车型试水，所有网上销售车型与传统 4S 店销售的车型统一，不存在为网店打造专门款的说法。

■专家观点

网上购车只是个信息平台

汽车营销专家委员会常务秘书长田毅认为，汽车是大宗商品，要实现完全意义上的网络购车，难度很大。在整个网上购车的中间过程，缺乏相应的信誉体系、支付方式、交货方式的解决方案以及相应的法律法规都不健全。总之，目前所谓的网上购车最终都免不了线下交易，实现不了网购不用见面即可实现购物的便利性，即实现不了真正意义的网络销售。也就是说，目前的网络购车平台更多意义上充当的是信息收集的平台，而不是交易平台。尽管如此，网上购车是汽车销售的一个未来趋势，只不过还有很长的路要走。

相比之下，国外消费者更早接触网络购物，但汽车网购形势也并不乐观。即使是在汽车普及率高达 82%的美国，其汽车网购市场也并未形成气候。据美国某研究中心的数据显示，北美地区汽车网购也仅止步于在购买新车前通过网络获得相关信息，最终的交易行为还是在汽车市场进行的。

（《北京晨报》）

■本报地址：河南省周口市周口大道 ■邮政编码：466000 ■广告许可证号：豫周工商广字第 0002 号 ■本市每份零售价：0.60 元 ■周口日报社印务中心印刷