

# 车企不甘心 十月期待最后一搏



继豪华品牌相继抛出数额巨大的经销商补贴方案后，国内合资品牌也加入了到经销商补贴的行列当中。日前，东风悦达起亚发布了新的经销商商务政策，公布了对经销商的补贴细节，这是自8月官降之后，东风悦达起亚再次对市场做出的调整。中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示，汽车市场正步入小幅回暖的上升通道，但从长远来看，“微增长”将成为常态。随着厂家对经销商补贴力度的提升，通过多种方式给予消费者大幅优惠，推动销售增长，让10月车市的销量充满了期待。

## 车市销量触底

统计数据显示，今年1~8月，我国汽车产销分别为1518.24万辆和1501.72万辆，产量同比下降0.24%，销量持平。

与此同时，受市场持续低迷以及库存长期高位运行的双重夹击，大批经销商处于困境之中，部分经销商更是因资金链断裂等缘故，相继出现歇业倒闭现象。

为了修补厂商关系，今年多个车企已经通过补贴、调整销量目标及商务政策等方式向经销商示好。此前，捷豹路虎于6月向中国经销商补贴了7.65亿元返利，宝马则在7月向中国经销商发放了二季度奖励，变相补贴17.5亿元。除此之外，大众、沃尔沃等车企纷纷向经销商派发补贴，从源头上缓解终端

销售压力。

记者走访车市发现，受宏观经济调整、股市信心不足、限购限行措施、互联网及外埠市场冲击分流传统实体店销售的影响，使得原本需求不旺的汽车市场更加低迷。

随着厂商补贴力度的加大，官降品牌车型范围扩大，厂商价格营销优势凸显，自8月开始，车市已经有了反弹迹象，“金九银十”有望走出谷底。

## 终端优惠幅度加大

实际上，伴随着厂商调整生产节奏，经销商终于结束了从年初开始的高库存，经营状况略有好转。据中国汽车流通协会8月库存指数显示，今年8月，汽车经销商库存预警指数为48.7%，环比下降4.7个百分点，同比下降1.6个百分点，这意味着市场需求开始回升。

郎学红表示，经销商经营状况好转，一定程度是因为厂家施压力度轻。“经销商应对市场保持理性判断，合理调控库存量，减少因库存变化带来的经营风险。”郎学红说。

记者调查发现，随着市场需求的回升，经销商的终端价格优惠也开始加大，4S店为了降低库存，也纷纷调整了促销政策。

8月开始，厂商加大促销力度，拉动了新车的交易增长。自上海大众、上汽通用、长安福特等率先官降后，奇瑞、长城、江淮等自主品牌立即跟进，如今，日韩等品牌也积极参与，市场活跃度进一步提升。

在北京一家长城汽车4S店记者看到，自长城汽车实施官降以来，车价一直未出现回调，经销商不得不在9月加大优惠力度，试图在旺季多卖车。

有研究显示，2015年，车市整体车价相比2014年同期走低，折扣率屡创新高；与2014年同期相比，车辆成交价同比下降4.2%，折扣率为12.8%，折扣金额为21060元。

## “金九银十”最后一搏

在艾睿铂董事总经理林莲云看来，今年下半年车市能否出现强劲反弹，将是汽车厂商和经销商面临的严峻考验。“库存正在增长、销售正在下滑、厂商正重新考虑生产策略。这些迹象都表明，竞争更为激烈且行业环境更为艰难。”林莲云说。

不过，车企纷纷出台相关政策来缓解经销商的压力，是一个积极的信号，说明车企已经意识到，厂商矛盾有可能对自身发展造成的不利影响。调查数据显示，认为市场需求“增加”的经销商比例由16.4%升至41.3%；认为市场需求“下降”的比例由34.9%降至14.8%。中国汽车流通协会预计，9月市场经销商经营状况将好于8月。

值得关注的是，自7月以来，奔驰、北京现代、长安福特、雪铁龙、东风日产等品牌陆续有新车上市，加上汉兰达、新奇骏等保鲜车型，一起构成了新车攻势，提升了淡季车市的关注度。

颜景辉预测，由于8月受到抑制的购车需求，将在9月得到释放，加上即将到来的国庆节等传统销售旺季，厂家促销力度加大，9月车市将持续好转。库存压力的减小以及厂商的政策调整，让经销商对9月和10月充满期待。

(北商)

## 大众集团任命新首席执行官

德国大众集团监事会本月25日发布声明宣布，现任保时捷公司董事会主席兼首席执行官马蒂亚斯·米勒接替马丁·温特科恩，担任大众集团董事会主席兼首席执行官。由于尾气“排放门”事件，前大众集团董事会主席兼首席执行官温特科恩于本月23日宣布辞职。作为继任者，米勒25日在位于沃尔夫斯堡的大众集团总部表示，大众能够并将战胜目前的危机。

点评：虽然新任首席执行官表态会带领大众集团走出危机，但大众仍在思考如何修正涉事车辆的尾气排放造假问题。他们面临的选项可能包括向涉事车主提供免费修理服务、提供经济赔偿、回购涉事车辆等问题，这都将给大众集团蒙受巨大的名誉和经济损失。

## 乐视与阿斯顿·马丁联合造车

日前有消息称，阿斯顿·马丁CEO安迪·帕尔默与乐视超级汽车联合创始人、全球副董事长、中国及亚太区CEO丁磊“密会”中国驻英国大使馆，而双方低调碰面的目的，正是

商讨乐视汽车与阿斯顿·马丁在汽车研发、制造甚至销售等多个领域展开合作的相关事宜。此前，双方共同启动研发项目，联手推进下一代互联网汽车技术。

点评：阿斯顿·马丁作为全球超级跑车的制造商，与乐视汽车在未来产品的规划和定位上也有颇多相似之处。今年8月，乐视超级汽车概念图正式发布，一个月后，双方合作如果初步达成共识，意味着乐视超级汽车打造计划将加速推进。

## 汽车后市场将迎巨无霸

上汽集团日前宣布，推出覆盖用户养车、用车、卖车以及车务服务的“全生命周期”连锁实体服务品牌——车享家，精心打造的首批12城50家车享家门店已正式上线。根据规划，车享家到2020年要开1万家店，未来车享家还将与服务贸易板块的物流、租赁、二手车乃至汽车保险、金融等业务领域打通，形成完善的服务网络。

点评：随着车享网上布局的日渐明朗，推出车享家线下实体连锁服务网络，可谓是上汽“车享模式”扎实迈出的关键一步。按照上汽提出的O2O战略转型计划，上汽将从一家由B2B制造及卖车为主的企业，转变为一家为终端用户提供全生命周期服务的B2C企业。

(朝晖)