



## 黑白

### 2012款smart上市

上周四,2012款smart上市,售价为11.5万-22.5万元。新车共分为9款车型7种颜色,其中车身全白,只有轮毂为黑色的版本是首次出现在smart上。 **B10·新车**

## 剑客

### MINI推五版本限量车

五个版本共8款车型均为限量销售,其中包括被称为“伦敦三侠”的英伦原创风格车型以及MINI中国奥林匹克纪念版,官方售价为24.5万-52.2万元。 **B10·新车**



### 一周谈

## 理性不用不好意思

距离车企半年考还有最后一周的冲刺时间,车企又将面临一场高压的数字闯关。

上周,记者陆陆续续接到一些企业的新闻稿,无一不是强调前5个月销量同比增长,完成上半年销量“不成问题”。这确实有点儿令人乍舌。

根据各大车企年初发布的销量目标统计,全年总计划超过2000万辆,而中汽协最新的统计数据显示,1至5月份车企完成的销售量仅为800万辆。哪怕按照前松后紧的规律,上半年以45%的销量完

成率为达标算,6月份还需要填补超过100万辆的缺口。

1至5月份,销售排名前10的车企中,有望完成半年销量计划的只有上汽通用五菱、上海通用、上海大众和一汽大众4家。接近6成的企业如要达成目标,只能在6月份疯狂冲量,把上游的压力转嫁到下游经销商。而近日记者走访北京中端主流品牌多家4S店发现,终端市场6月份的状况比上个月更为惨淡。那么,6月份新增的100万辆加上经销商原有的库存深度(大的达两到三个月),下游估计还得

多租几个仓库来囤着。

当然,厂家可以适当调整年度销量计划来缓解渠道压力,但目前有动作的企业之又少。

两周前的周日,东风标致跟经销商开会传达了下调年度目标的通知,比原定计划调低了1万辆,同时加大对某些拖后腿产品的政策补贴力度,经销商无不“感激涕零”。但这个下调任务的通知仅限于厂家销售人员和经销商之间传达,公关部等职能部门并未接到邮件。这个细节有点微妙,实际上,潜台词是“不能对

媒体公开说”。

理性地下调目标,本应是一件值得击节叫好的事情,对厂家而言怎么变成羞于启齿了呢?跟好几位车企负责销售的人聊起这件事,对方表示,感觉下调目标有点儿提前认输的意思,而销售不能输了气势。

感觉现在在中国车市这种现象有点像“浮夸风”,听一位经销商转述,某家发展比较好的企业甚至在年会上说出“我们已经找到了汽车行业的真谛”这样的话,虽然鼓舞人心,但过分自信也埋伏着失去理

性判断的危险。

对于企业而言,降目标总是下下策,大部分车企目前仍旧抱观望态度。毕竟不久前60亿元节能汽车补贴政策的出台,使得许多市场人士坚信政府救市的决心,有人会觉得,如果这时候收缩战线未免显得胆小了点儿。其实,经营汽车制造企业更多是一项长期投资,并非短线操作,没必要过分在意眼前的外部利好因素而影响自身的调整节奏。无论如何,今年半年考的数字值得车企慎重掂量。

□梁静晶