

B22 本地商圈



一家东风标致4S店展厅外,竖着认证二手车标牌。

新京报记者 李冬 摄

■ 销售网络

4家东雪店 获进口车授权

东风标致进口车销售渠道也在拓宽

新京报讯 (记者尹蔚) 神龙汽车整合标致雪铁龙进口车业务已落实到终端销售层面。北京进口雪铁龙经销商已由1家增至4家,东风标致销售渠道中也有4S店获准销售进口标致。

6月中旬,神龙汽车与PSA(标致雪铁龙集团)签署进口车销售合作协议,旗下东风雪铁龙及东风标致销售渠道将引入进口车业务。记者上周获悉,在东风雪铁龙400多家经销商中,有50多家获得进口雪铁龙授权,北京有4家,分别为元丰正通、东方万泉、广大行和北京金泰。

此前北京只有广大行4S店一家销售进口雪铁龙。“没有几家店愿意卖进口车,因而基本上只要申请就能获准销售。”北京一家东风雪铁龙经销商负责人介绍。

目前,进口雪铁龙在售车型仅有两款,因而获准销售进口车的东风雪铁龙4S店并未在展厅内设置单独进口车区域,基本是与国产车混在一起。

此外,东风标致销售渠道中获准销售进口车的经销商也开始增加,这意味着此前进口标致建立独立渠道的计划并不成功。2年前成立的汽修一厂进口标致4S店,早已开始销售东风标致车型,随着渠道整合北京预计将新增两三家销售进口标致的东风标致4S店。

【链接】

雪铁龙 C4Aircross到货

进口雪铁龙C4 Aircross已到货。目前,北京4家进口雪铁龙4S店均已有了C4Aircross展车,但现车很少,预订一般10天左右可到货。此外,进口C4双门轿跑目前已不在北京销售,经销商表示将不再进货。(尹蔚)

■ 货源

国产奔驰 优惠减少

进入7月份以来,奔驰在京终端优惠开始减少。目前奔驰C级车和E级车的优惠均减少50%以上,一位销售人员介绍这是厂家统一政策,旨在稳定终端价格和保证经销商利益。

“上个月C180还能优惠六七万元,如今只能优惠三四万元了,如今最低在27万元左右。”北京一家奔驰4S店销售人员介绍,E级车全系只能优惠三四万元,在前两个月优惠曾超过10万元。(尹蔚)

品牌认证二手车销量依然低迷

车价高、资金周转慢、人员缺乏等制约了认证二手车发展

截至目前,在中档合资品牌中,推出品牌二手车业务的厂家已超过10个,从起步最早的上海通用诚新二手车,到去年刚成立的广汽丰田心悦二手车,再到大众即将在华推出的DasWeltAuto品牌二手车。厂家的热情不减,但终端销量却并不乐观。

较早起步的东风雪铁龙龙信二手车,业务模式日渐成熟,北京各4S店每月均有认证二手车的厂家销售任务,从两三辆至四五辆不等。金泰4S店一位负责人介绍,完成任务不算难,但限购政策实施以后,认证二手车销售利润下滑至少一半,每辆利润顶多两三千元。

销路不畅资金周转慢

记者从北京多家有品牌二手车业务的4S店了解到,中档合资品牌的经销商对品牌二手车大多持消极态度,在店内摆放的用来出售的认证二手车更是难觅踪迹。“认证二手车卖得慢,资金周转效率低,赔钱的可能性比新车还大。”北京一家东风雪铁龙4S店内部人士无奈表示。

“我们就是挂着喜悦二手车的牌子,但如今认证和销售业务都依托北京一家二手车网上拍卖平台了。”北京一家广汽本田4S店总经理介绍,“网上平台认证相对客观,成交速度快,而厂家设立的二手车集中外销仓库,并无太大优势,也没啥必要,未来二手车销售肯定要走向电子商务。”目前广汽本田在北京大多数4S店都有二手车认证资质,不过有认证二手车销售资质的仅有三四家,而且销量很少,每家店一个月最多能卖五六辆。

最早做品牌二手车的上海通用,如今尽管在北京有一半以上经销商都有二手车认证和销售资质,但每月销量仍然

少之又少。一位上海通用别克经销商市场部负责人介绍,“诚新二手车认证标准很严格,仅限本品牌、6年以内无事故,假设4S店每月收20辆二手车,符合标准的可能不到5辆,而大多数卖主又没有认证意愿,因而最终成为认证二手车的可能仅有一两辆。”该负责人还表示,认证二手车较普通二手车价格更高,个人消费者很少购买,不过也不是完全没有市场,一些小公司需要买一些中高档车而又想节省成本,就很可能买认证二手车。但这类需求比例实在太低。整体而言,认证二手车的销路并不通畅,占用资金大且周转慢。经销商并不愿意牵扯过多精力。

销售人员缺乏积极性

4S店收一辆二手车,如果直接转手卖到二手车市场,销售顾问可以拿到几千元的中介费,4S店资金可以迅速回笼。但如果去认证,不仅要经过卖方同意,认证后价格肯定提高不少,更难卖,“最关键的是经销商得不到任何好处,钱都让厂家挣了。”北京一家豪华品牌4S店售后负责人介绍,“如此一来,销售顾问还有何积极性去卖认证二手车?”

对于认证二手车的销售,各厂家对4S店予以一定补偿,如广汽本田会给经销商一辆车几百元至1000元不等的整备翻新补贴,并送给认证二手车车主两三次保养,但这些钱基本都是返给消费者了,销售人员并未获利。对此,上海通用别克一家经销商负责人介绍,厂家对于认证二手车的销售,补贴太少,难以支撑4S店为此的投入和销售员放弃将车卖给二手车贩子的机会成本。

北京一家上海大众4S店总经理透露,上海大众经销商

在北京有一半以上都具有二手车认证资质,并已做了多年,但“操作流程还不是很规范,很多时候和二手车经纪公司并无两样,基本是收了车直接转卖出去。”即便是奥迪这样的高端品牌,经销商对于二手车的操作模式大多与经纪公司类似。认证二手车业务,规模同样难以做大。

业务培训短缺

多年来,二手车交易以经纪为主、经营为辅,二手车销售经纪占主导的格局仍然没有实质变化。多数品牌的经销商认为,认证二手车一直做不好根源在于二手车行业不规范,从业人员鱼龙混杂。

二手车行业如今依然面临诚信的缺失,这反映在价格上,使得正经做买卖的经销商与二手车经纪公司相比,在竞争中处于劣势地位。“车贩子可以吹嘘自己的二手车如何好,因而容易卖高价,所以也可以相对较高的价格去收车,使得卖主更倾向将车卖给车贩子而不是4S店,但4S店必须诚信,如实交代二手车的真实情况,相应收车价格就低,车主卖车积极性也低”,北京一家上海通用别克经销商市场部负责人介绍。

此外,如今二手车行业从业人员职业素质整体还偏低,专业人才短缺。北京一家奥迪4S店售后负责人介绍,部分有认证二手车业务4S店的二手车业务员,很多是来自经纪公司,厂家对于4S店认证二手车业务相关培训也不足,他们的很多做法仍与经纪公司一样。同时,4S店又不得不依靠这些二手车销售人员,因为他们在二手车市场有广泛人脉,可以帮助4S店加快置换车辆的外销。

本组稿件采写 新京报记者 尹蔚

■ 观点

“二手车应 全国流通”

二手车行业资深人士魏征认为,品牌二手车发展缓慢,根源在于二手车行业的地域性过强,尚未形成全国大流通。经过厂家认证的二手车,价格通常比当地交易市场内经纪公司出售的普通二手车要高出不止,但如今国内二手车仍属于买方市场,价格是最主要考虑因素,因而消费者很少主动去购买认证二手车。

“如果各厂家能够在自身体系内部形成一个认证二手车全国流通网络,使得某地收车成本较低的认证二手车,可以卖到另一出价最高的城市,以形成最高利润,经销商的积极性就会高很多。”魏征说。

■ 链接

一汽大众二手车展厅超4家

继捷亚泰和联拓之后,一汽大众亚之杰伯乐4S店在其新车展厅旁建设了标准二手车展厅,预计9月份开业。同期建设的还有海联力通的二手车展厅,预计到今年年底,北京的一汽大众独立二手车展厅将超过4家。

无独有偶,上海大众北京的经销商也表示,未来也可能建立上海大众的独立二手车展厅,“目前正处前期调研阶段,厂家先看看哪些经销商符合资质,并有投资意愿,未来品牌二手车命名也很可能与DasWeltAuto相关”,北京一家上海大众4S店总经理介绍。