



新京报制图/师春雷

## 国V将至 各就各位

### 经销店国V标准车型到店销售情况调查

记者上周调查采访发现,多数合资品牌国V标准车型已陆续到店,其中部分品牌已开始销售,部分品牌由于无法上牌暂不销售;另有部分合资品牌及豪华车国V车型暂未到店,预计9月份开始引进。与合资品牌相比,多数自主品牌动作相对缓慢,目前正在产品升级准备中。

B23·本地商圈

#### 一周谈

## 不压库才能谈发展

上周,记者通过调查发现,北京市场主流汽车品牌经销商的库存都有一定幅度增加,只是没有传说中的那么夸张,多数经销商表示只是比前几个月有所增加。在调查中还发现,库存增加只是冰山一角,经销商在销售阶段已无盈利空间,赔钱卖车已不鲜见,返点已经成为经销商最后的期待。在上半年多数车企未完成销售任务的前提下,下半年压库似乎已经成为现实。特别是十一和年底销售旺季即将到来,前几年压库还能鞭策一下经销商,今年再压库对大多数经销商而言,也许就将成为压死骆驼的最后一根稻草,皮之不存毛将焉附,车企也终将会受到牵连。

今年经销商盈利越来越难,价格战是因素之一。从年初开始,奔驰、宝马等豪华品牌大幅降价,奔驰C180K售价曾达到21万多元,宝马1系优惠也曾超过5万元。中级车新索纳塔、K5、天籁等优惠都曾突破3万元,有的甚至更高。大幅优惠只能说明车难卖了,经济增速放缓、消费信心下滑和限牌等都是

影响因素,但也不能忽略库存增加的影响。这两年多数车企都在建新厂、扩产能,销售目标也是水涨船高。但从前7个月产销统计数据看,汽车销售已经处于微增长状态,在任务飞速增长的面前,这点销售增长可以忽略不计,库存增加随之而来。

在还不成熟的汽车市场,库存重压下的经销商只能采取价格战来抢占市场,近期不止一位经销商负责人透露,一家4S店只有一款车型销售阶段能盈利,而且还很薄,其他车型多处于亏损状态,有的经销商甚至连一款盈利的车型都没有。同时,经销商月度亏损几百万元、退网、不再进货等消息近期经常出现,可以想象一些经销商已经处在崩溃的边缘。终端销售网络是车企在各地的代言人,如果代言人都“食不果腹”,他怎么能完成销售任务,又如何贯彻执行商务政策,至于服务满意度更是无从谈起,最终影响的还是车企本身。夸张一点说,如果经销商都倒下了,谁帮你卖车、修车呢。如果不是疯狂扩产和压库,比亚迪也不至于落到今

天这样的局面。

库存是把双刃剑,用得好可以提高销量,可如果突破了底线,伤害了经销商不说,车企也会损兵八百。如上述所说,在价格战越发激烈的情况下,价格体系很难维持,经销商为了生存,车企的商务政策在他们那儿就是一张废纸。保证经销商有一定利润空间是与其合作的基础,如此车企的各种指令才能被执行,相反指令只能停留在纸面上。同时,只有保证一定利润,经销商才能更好地塑造车企品牌,也才能提高服务质量,从而提高美誉度、品牌忠诚度,并最终提高销量。单纯的价格战会使在用车贬值,部分消费者在购车时已经开始考虑二手车保值率问题,如果一款车三天两头降价,二手车价格也会跟着跳水,从而影响到新车销量。

库存将成为下半年汽车行业的关键词之一,库存多少合适需要车企多思量,如果不考虑经销商的承受能力,到头来销售目标也许就是水中月。

□何立军



## 想我吗? 进口现代飞思新车型上市

上周,现代进口车在北京正式发布了飞思(Veloster)Turbo-GDi车型,其搭载了全新的1.6T涡轮增压直喷发动机,发布的四款车型的价格区间为16.78万-21.48万元。 B12·新车

B17-B19·阅读沃尔沃

## 沃尔沃:基因突破

B11·新车

## 君威、君越明年换代