未来两个月车价上涨预期增大

雪佛兰、东风标致、北京现代、东风悦达起亚等经销商称，近期销量有小幅增加，年内价格不会大幅波动

和上半年相比，今年下半年的北京车市发生了不少变化，各品牌经销商在车价、销量和库存上都发生了微妙变化，随着2012年仅剩下最后两个月，各经销商即将进入最后的冲刺阶段，面对库存和销量的双重压力，各家如何应对？未来两个月的北京车市又将走向何方？本期“经销商沙龙”，邀请到了北京现代瑞通嘉业4S店总经理陆辉，东风悦达起亚合宏进副总经理莫杰，东风标致标龙京津总经理桑海涛，上海通用雪佛兰合力华通执行董事李岩就价格、销售、小型SUV等方面展开了讨论。

近两个月客流量增加不多

记者：日系车销量下滑，你们各家店的成交率和销量有变化吗？

莫杰：10月份我们卖了300辆车，相比平均水平增长了20%到30%，K系车型卖得不错，成交量有增长，但是增长幅度不大。

桑海涛：从9月份开始，北京地区东风标致销量增长了25%左右，目前每个月销量稳定在1200辆左右的水平。虽然我们单店客流量没有明显增长，但客户下订单的比例提高了，从而带来成交量上升。新款408未来两个月应该会有不错的销量。

陆辉：9月份之后，受日系车和高速公路免费等因素影响，我们客流量增加了近20%，最近销量增长了15%到20%，单月销售300辆左右，新索纳塔每月销售50辆到60辆。北京现代的市场份额略有增加，目前在北京地区占9.5%左右，在全国占6%左右。

李岩：我们店单月销售150辆到160辆，其中50%的销量来自科帕奇和迈锐宝，销量受日系车的影响比较小，进店量变化不大。

记者：下半年和上半年相比，市场有什么显著变化？

桑海涛：从销量来看，下半年肯定是要高于上半年，但幅度不是很大，现在的市场已经是旺季不旺淡季不淡，每个月的销量不会有特别大的波动。

李岩：我认为变化不大，主要是看厂家给的促销力度够不够。

陆辉：北京市场受上牌量限制，市场已经进入“饱和营销”阶段，总体销量不会有显著变化，但从全国来说，下半年汽车销量还在增加，但增长趋势在减小。

莫杰：冬天北方天气比较冷和有一部分人的车要大修，这可能会触发他们置换车的冲动，从而带来一些销量。

高端车销售比重增加

记者：目前SUV市场很火，如何看待小型SUV的市场前景？高端车的销售比重增加趋势明显吗？

桑海涛：在国外，家里的第一辆车大多是轿车，第二辆大多是越野车，小型SUV更加细分了这个市场，它满足了一部分人的SUV情结；第二，它满足了一部分女性对于驾驶视线、驾驶感受以及安全性的考虑；第三，它的价格更低，也满足了一部分人的需求。但严格意义上，它并不属于越野车，而是都市型车。此外，高端车目前已经是销量上的主力，比如东风雪铁龙C5和东风标致508，未来它们的销售比例会越来越大。

李岩：北京SUV销售持续火爆，各个品牌卖得都挺好，科帕奇虽然进入市场比较晚，但7月份以后的销量和关注度在逐步提升。

陆辉：中端SUV市场竞争车型还是比较少的，途观、CRV、RAV4和逍客占了很大一部分市场份额。近期受到日系车销售下滑影响，比亚迪S6表现非常突出，9月全国卖了1.5万辆，接近了途观。目前，北京现代大车型的销量要大于小车型，高端车销售比重在增加，我认为这并非市场所致，主要是受厂家政策引导，因为高端车利润高，客户群更高端，对品牌形象提升大。

莫杰：目前狮跑和智跑两款SUV需求旺盛，但受制于厂家产能，现在是有市无车。我认为小型SUV市场规模会持续加大，而且会挤进来更多品牌，比如福特和通用，它们势必会抢占其他品牌的市场。而且对于厂家来说，SUV利润也更高。韩系车这两年的高端化比较明显，高端车在我们店里的销售比例确实有显著提高。

莫杰

桑海涛

陆辉

李岩

车价将小幅上升

记者：11月和12月的车价将会是一个怎样的走势？

莫杰：截至9月份，我们店库存比较充足，但10月份销量开始增加后，短期内出现了库存紧张局面，因此目前价格有小幅提升，但我认为未来两个月价格应该不会出现大幅波动。

桑海涛：东风标致大幅降价可能不会出现，价格基本稳定在现有水平。

李岩：10月份之后，价格优惠都在往回收，因为9月份推出的优惠政策大部分已经释放完了。价格回调也是为了盈利考虑，因为上半年卖车亏得太多。

陆辉：9月份之后，我们的客流量明显增加，车价就开始上调。我认为未来两个月的车价将会比较平稳。因年底到来而出现的突发性消费需求，可能会令车价略微上升一些。

销售利润下滑

记者：今年厂家任务能否完成？和去年相比利润怎样？构成比例有何变化？

莫杰：任务肯定是能完成，我们的任务是跟着产量走，狮跑上市之前，我们都是以小型车为主。现在东风悦达起亚的车型种类多，因此我们的利润也比以前好，但我们售后增长比较缓慢。现在库存减少，加上销量需求旺盛，有涨价的冲动，但又担心涨价后没人买，因此价格也不敢做太大调整。

李岩：肯定得完成。整体利润和去年相比肯定是下降的，特别是销售利润，售后利润同比有20%到30%的增长，如果高端车卖得好，明年售后利润还会有提升。

桑海涛：雪铁龙店今年任务已经完成，标致店的任务厂家最近又上调了15%，最终任务完成情况也要看厂家调整结果。利润方面，今年预计会下降，售后利润还是能保证的，精品和二手车等水平业务是主要来源。

陆辉：厂家的任务是弹性的，因此完成任务没有问题。利润基本和去年持平，整车销售保平不亏，通过售后提升全店利润。

期待新车提升销量

记者：对明年有什么样的预期？

桑海涛：明年1月东风标致会推出3008，年中推出4008，新408和508也将搭载1.6T的发动机。这些车型可能会拉动销量提升。

陆辉：进口“新圣达”下个月15日上市，应该会吸引一些年底打算买车的客户。未来三四年将是北京车市的一个洗牌期，目前北京现有500多家4S店，这个数量远大于市场需求，因此未来几年，那些“暴饮暴食”的经销店很多将会退出，如何控制成本、提高资金使用率将是经销商能否成功的关键，竞争将会更加惨烈。

李岩：科鲁兹、科帕奇和迈锐宝依旧是明年的主销车型。

莫杰：明年东风悦达起亚产能增加，竞争车型增多，经销店也将增多，预计情况会比今年困难。

价格依旧威力巨大

记者：在北京这类市场，什么营销方式最有效？

李岩：目前最有效的营销方式还是降价。明年二手车将是我们重点培养的市场。

桑海涛：所有营销手段在赤裸裸的价格面前都是苍白的。各种营销方式的效果都没有降价来得直接。现在营销对于销量帮助很有限，主要是提升品牌形象和影响力，让更多消费者知道我们。

陆辉：新媒体营销将是一个趋势，通过网络和移动终端选车、购车，而传统进店看车将成为过去。

莫杰：平面媒体的宣传、老客户的维护都是我们比较常用的营销方式，目的是为了扩大集客率，增加知名度，最终起到拉动销量的作用。

文字整理/新京报记者 朱行远 本版摄影/新京报记者 李冬

责编 何立军 图编 高玮 美编 叶绿 责校 张彦君