

经销商压库严重 丰田、日产、奇瑞等车企降价限产

记者近日从多个渠道获悉,为改善汽车生产企业和经销商之间关系,中国汽车流通协会向商务部递交了关于尽快出台新《汽车销售管理办法》的报告。与此同时,面对经销商持续不下的高库存和监管部门的巨额罚金,包括宝马、大众等在内的多家知名车企纷纷在华掀起“减产降价潮”。对此,业内专家表示,为维护我国汽车行业的稳定和可持续发展,新的销售管理等法律制度需尽快出台。

压库加处罚,经销商夹缝求生

上海车展期间,《经济参考报》记者现场与多位经销商人士交流时发现,“车市不好,车不好卖,销量目标完不成,售后客户流失严重”等词成为了他们的口头禅。

“压库太严重,早已是入不敷出了,为维护厂家的品牌形象,我们现在是在‘赔本赚吆喝’,至于能撑多久,自己也不知道。”一家拥有多家豪华品牌的南方某经销商集团内部人士向记者透露。

据中国汽车流通协会4月20日对外发布的“汽车经销商库存调查结果”显示,3月份汽车经销商综合库存系数为1.77,同比上升28%,经销商库存水平处于警戒线以上,库存压力依然较大。有5个品牌的库存系数超过2个月。其中,自主品牌为奇瑞汽车,合资品牌包括:北京现代、沃尔沃;进口品牌包括:捷豹-路虎、进口大众。

“闭着眼睛卖车就能赚钱的时代一去不复返了。今年对于4S店来说只有一个目标就是‘活下去’。”山东一家经销商向记者透露,市场环境趋于恶劣的直接原因是销售价格的倒挂。“现在是卖一台赔一台;如果不卖,庞大的库存带来的财务费用就会把经销商的资金链压断。饮鸩止渴般的销售导致经销商利润快速下滑。”

所谓价格倒挂,即新车实际售价低于其进价,毛利润为零,甚至为负数。据业内人士透露,自2014年以来,从宝马、奔驰等豪华品牌到自主品牌,都普遍存在价格倒挂销售的情况。

面对日渐枯竭的现金流,部分经销商只能“铤而走险”。“我们现在要么拿着汽车的关单去银行、担保公司做抵押贷款;要么联合车企及经销商同行小范围内联合悄悄签订整车最低售价及固定部分配件价格协议。”对此,上述南方某经销商集团内部人士表示。

不过,这种夹缝求生的做法也面临巨大风险。此前,拥有17家4S店的河南涌鑫集团轰然倒塌,人去楼空。其原因就是因为银行贷款换不上,客户关单被扣押。最后,车主因无法上牌,纷纷堵门维权。事实上,此类事件绝非个例。据记者不完全统计,仅2014年就有扬州明日一汽马自达4S店老板携款“消失”、合肥车景天下汽车销售有限公司老板“跑路”等十多起类似事件发生。

而对于经销商及车企联合签订最低售价协议的做法,更为监管层“不齿”。继去年国家发改委对宝马、奥迪等车企发起反垄断调查之后,今年4月23日江苏省物价局也以价格垄断对奔驰公司及部分相关经销商分别做出3.5亿元和786.9万元的罚款。

车企或让步,多品牌减减产降价潮

面对经销商“居高不下”的库存压力,相关车企此前只是一味地考虑自己品牌的市场占有率和年度任务的完成,其结果适得其反。2014年,除大众、通用等少量品牌完成年度目标之外,包括丰田、日产、奇瑞、长城等众多品牌只能对年初目标“望洋兴叹”。

面对恶劣的生存环境,2015年新年伊始,豪华汽车品牌经销商纷纷“起义”。先是多家宝马经销商联合向宝马公司提出了60亿的补贴要求,经过多轮谈判后,双方达成协议,宝马同意补贴经销商51亿。接着奥迪决定给旗下经销商20.5亿补贴,其中15亿补给老店,5.5亿补给新建店。奔驰则更加“主动大方”,在没有与经销商沟通的前提下直接补贴10亿元。

宝马中国CEO安格(Karsten Engel)在日前的上海车展期间公开表示,公司业已在华削减产出,减少向经销商供应车辆,第二季度仍将如此。其表示:“我们正在适应当前形势,确保经销商库存不会过高。略有下滑趋势存在,这是一种新常态,我们必须接受并适应。”

实际上,早在上海车展前,上海大众便率先打响官方指导价降价第一枪。随后长安福特、北京现代、一汽大众等厂家迅速跟进。而据相关方透露,福特汽车和大众汽车集团最高降价幅度达到10%之多。

对此,一不愿具名的汽车资深人士4月29日在接受记者采访时直言,近来多个车企特别是进口豪华品牌之所以在华掀起“减产降价潮”,是出于多方面考虑,一是适当缓和先前与经销商以及消费者的矛盾,而这只是暂时的“让步”。二是出于车企之间的竞争需要。“以宝马为例,在减少大车配额的同时,宝马将目光更多地放在产品小型化和下探方向上。对德系豪华车制造商而言,SUV和紧凑轿车将是在中国市场的主要增长区域。”

4S店被绑架,新销售制度需重新架构

据记者从其他途径拿到的中国汽车流通协会关于尽快出台《汽车销售管理办法》的报告显示,当前汽车经销商处于生死关

头,致使经销商与生产(供应)企业矛盾不断激化,严重影响行业健康发展。中国汽车流通协会期待在新的《汽车销售管理办法》指导下,构建新型的厂商关系,推动中国汽车市场稳定可持续发展。

对此,业界人士表示,当前我国汽车市场出现的乱局,主要由于相关法律法规不完善,资源配置不合理所导致。他认为,厂家和经销商关系严重不平等主要体现在厂家把控建店授权、区域网络布局、车辆资源、市场宣传推广等强势资源,经销商没有相应话语权。在涉及经营管理、价格政策、管理层人员调整等方面,汽车经销商都需征得厂家同意方可。严重不对等的合作关系,也给消费者带来了诸多利益损失和得不偿失的消费体验。

“厂家的‘市场占有率’是罪魁祸首。”该资深人士表示,汽车厂家为抢占市场份额把经销商绑在了自己开疆拓土的战车上。由于地位不对等、资源不对等、话语权不同,使得汽车厂家对经销商的管控易如反掌,最终导致的结果是,部分汽车经销商成为汽车厂家拼抢市场份额的“炮灰”。

中国汽车工业协会常务副会长董扬此前也表示,销售管理办法发布之初,对于生产商利益考虑得比较多,对于经销商利益考虑得比较少,适当地调整两者之间的关系是有必要的。下一步修改要更多地考虑经销商的利益。对于当前经销商库存较高的现象,董扬认为,“相关各方会找到一个都能接受的方式合理解决。”

为此,业界人士建议,法律法规的完善才能让行业发展更加透明规范。此外,政府加强自身服务和监督职能的同时,厂家和媒体均有责任向消费者传递正确而理性的汽车消费观念。“唯有多方努力,中国这个全球最具魅力的汽车市场才能持续保持生机和活力。”(钟源)

日产汽车总裁:中国人才扮演越来越重要角色

在2015上海车展上,日产汽车发布了两款全新车型——日产LANNIA蓝鸟和日产新楼兰,同台展出的还有日产GT-RNISMO及370ZNISMO两款日产高性能车。

日产汽车总裁兼首席执行官卡洛斯·戈恩表示:“这些创新车型将掀开日产汽车在华积极发展、践行对华承诺的新篇章。日产汽车在中国的发展战略将继续体现出我们对本地化工程和本地化生产承诺的践行。日产汽车将继续支持中国推动发展更高效、更具可持续发展性的交通体系。在上述两方面,全新日产LANNIA蓝鸟和日产新楼兰将成为业界先锋。”

“我们将看到越来越多的联盟和合作”

记者:对汽车公司来说,通过收购的方式提高竞争力变得非常困难,而且也不经济,结盟是更理想的一种方法。对此您如何看待?

卡洛斯·戈恩:任何公司的发展,都需要长期的合作伙伴支持,这些公司间互惠互利。每个公司都有自己的品牌和平台,并购的问题就在于并购无法保全各个公司的特性,因此,如果既想要保持自身的独特性,又想要获得更大的利益、取得更好的发展,公司间可以考虑彼此结成联盟。21世纪我们将看到越来越多的联盟和合作。

记者:全新日产LANNIA蓝鸟是中国研发团队主导的。长远来看,中国研发团队会不会在日产全球的研发工作中扮演越来越重要的角色?

卡洛斯·戈恩:汽车行业非常渴求人才,我们需要在全球范围内寻找管理人才、营销人才、销售人才、工程人才、技术人才……而人才是无国界的,我们需要到有优秀人才的地方去。汽车公司已经无法将技术研发局限在自己所在的国家。如果中国有优秀的工程师,那我们就在中国进行研发,如果印度有优秀工程师,那我们就在印度进行研发。中国团队的研发工作是非常系统化的,他们集成了日产、雷诺的许多先进技术,我们会将日本的技术、法国的技术、德国的技术等引进中国,然后在中国进行研发。今后,中国人才一定会扮演越来越重要的角色。

“雷诺将会超过日产在中国的发展速度”

记者:从全球市场来看,雷诺和日产的发展是比较均衡的,但在中国市场却并非如此。您如何在中国市场平衡雷诺和日产的关系?

卡洛斯·戈恩:首先,雷诺和日产不是竞争关系,我们是同一个集团。至于二者的平衡,雷诺在欧洲是第二大汽车品牌,有很高的市场份额,而日产在欧洲只有4%的市场份额。同样,日产在日本的市场份额比雷诺在日本要高得多,所以在其他市场也不存在所谓的平衡。没有必要一定要平衡,雷诺和日产是一个集团下面的两个团队,他们会在市场上互相帮助互为补充。比如,雷诺在俄罗斯是非常领先的,这样是有助于日产进入到俄罗斯市场的。

雷诺在中国的发展会很快,速度会超过日产在中国的发展速度。原因很简单,因为日产进入中国后,一手打造了自己的工厂、供应商、客户关系等等,日产可以将这些优势共享给雷诺,通过平台共享、供应商共享等帮助雷诺在中国取得快速发展。这也是合作伙伴关系的精髓所在。(朱钦)

四部委在全国范围内推广应用新能源汽车

4月29日,财政部、科技部、工信部和国家发改委发布通知,将在2016—2020年继续实施新能源汽车推广应用补助政策。中央财政补助的产品是纳入“新能源汽车推广应用工程推荐车型目录”的纯电动汽车、插电式混合动力汽车和燃料电池汽车,补助对象是消费者。

通知指出,四部委在全国范围内开展新能源汽车推广应用工作,中央财政对购买新能源汽车给予补助,实行普惠制。具体的补助对象是消费者。新能源汽车生产企业在销售新能源汽车产品时按照扣减补助后的价格与消费者进行结算,中央财政按程序将企业垫付的补助资金再拨付给生产企业。

根据通知,补助标准为,根据续航里程,纯电动乘用车补助为2.5—5.5万/辆不等;纯电动客车补助为12—50万/辆不等,燃料电池乘用车、情形客货车、大中型客车和中型货车的补助标准分别为每辆20万元、30万元和50万元。(杨磊)

上汽依维柯红岩30万根车桥项目第一根前桥下线

4月27日,上汽依维柯红岩商用车有限公司30万根车桥项目第一根前桥在上汽依维柯红岩车桥公司正式下线,这既是重庆大足经开区打造汽车零部件基地的一件大事,也为红岩汽车品牌诞生50周年献上了一份厚礼。

上汽依维柯红岩总经理杨汉琳、党委书记蓝盈照、大足区委副书记、区长、经开区管委会党工委书记、管委会主任周少政等前往祝贺并见证下线。

上依红30万根车桥项目2013年落户大足经开区,计划总投资6.85亿元,总体规划面积18万平方米,一期工程建筑面积7万平方米。经过一年多建设,已建成12条机加工线、3条涂装线和1条涂漆线,投产后将达到年产17.5万根车桥的规模。二期完工后将建成12万平方米厂房,实现年产30万根车桥的产能。

据杨汉琳介绍,第一根前桥是上依红公司吸纳多种车桥优点,优化设计,开发出的整体结构更合理,综合性能更强的6.5吨前



桥。通过新装配线生产,不仅保持了红岩车桥可靠、耐用、承载力强的优势和特点,更满足了不同情况下多种重型卡车的使用需求。

据悉,新落成的30万根车桥项目是一个装备优良、工艺先进、技术领先、管理精益的现代红岩车桥制造基地。接下来还将有9.5吨前桥、H8A单级减速驱动桥和一款引进技术的H8B双级减速驱动桥陆续投产。

周少政指出,该项目既见证了公司和区域的发展,更充分见证了大足、双桥与上依红公司及其下属企业牢不可破的传统友谊和密切合作。他希望上依红公司继续高度重视家乡的发展,充分发挥老基地的作用,推动“二工厂”及其更多的配套项目回归,共创“携手发展、互利双赢”的美好未来。

当天上午,周少政与上依红公司总经理杨汉琳、党委书记蓝盈照等,就盘活上依红经开区老基地存量资产、推荐配套企业在经开区投资建厂等进行友好座谈和协商。经开区领导王守华、陈建华参加第一根前桥下线仪式和座谈会。(胡才荣)

2015上海车展落幕“合资弱、自主强”趋势凸显

2015上海车展于4月29日落下帷幕,崭新的场馆、弱化模特和明星,还原一个“纯粹”的车展,赢得了业内人士的普遍赞誉。谈及本次车展的总体感受,全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示:“新车数量较多,也有很多新能源车和互联网概念等,感觉对车市的短期促进不大,还是量产新车决定车市的竞争格局。”

合资新车弱与自主的SUV系列化

在崔东树看来,本次上海车展合资品牌新车不多,有重量级影响意义的更是较少,难以促进销量提升和竞争格局的改变。印象较深的有:哈弗品牌的产品系列化很强,H7的产品出现H7L概念,H6也有coupe概念,形成超强的产品组合。此外,传祺GS4、瑞风S2、众泰的大迈X5等,也是很好的增量组合。

上海通用的威朗推出算是具有重要意义的产品,威朗使上海通用具备与大众匹敌的A级车产品线体系,加之英朗的大幅降价,通用的SUV还有增量的潜力,因此今年的合资主力车企的竞争很激烈,这也有利于车市竞争增量。

相比之下,合资企业的“短板”是灵活性不足,不如自主品牌快速反应能力强,一般的会投放A级SUV,甚至A0级和B级SUV,看准SUV的增量能有效的分流7—13万元的市场,形成强大的厢型优势,冲击合资品牌。

此外,一些德系推出了车高不超过1.6米,号称SUV的高档小车。“不知离地间隙如何能高,中国消费者很难接受这样的审美车型,欧洲很多号称SUV的车型缺乏中

国特色元素,市场潜力不大”。

“中国道路不具备速度和激情,跑车和轿跑概念的车型不会有太大市场。欧洲市场是动力强劲,咱们是小马拉大车,实现有面子 and 省钱,理念不同。”崔东树说,“欧洲车企如何适应中国车市是大课题。不相信中国车市能被欧洲车市教育,国际车企也要适应中国市场。”

自主开启“向上”模式 新能源正在升温

崔东树表示,本届车展是行业发展的风向标,一定程度上体现了自主自强的优势,今年的车市艰难,车企相对分化更严重,严峻的价格战竞争已经逐步启动。

自主品牌实现高端突破需要持续努力。本次车展的自主品牌都纷纷推出高端轿车,包括东风一号豪华轿车亮相,广汽集团的高端轿车传祺GA8,江淮汽车的瑞风A60,众泰汽车的Z700等车型。“但公务车市场相对缩小,新品面临市场考验。豪华轿车国产化加速,高端下压的风险对自主品牌走高端仍是残酷的现实。”

在新能源方面,也是国内车企唱主角,很多新能源车的产品也在陆续走向市场。目前来看,A级轿车的电动化存在续航里程短板,消费者不认同购买价格、实用性稍差。而丰田等国际车企,并没有展示其努力推进的氢动力燃料电池车,反而希望主推A级混动车。欧洲车企在中大型车上,主推插电混动模式,包括宝马、奥迪和奔驰等品牌。

(黄春楠)



●奥迪prologue allroad同时也是一款采用插电式混合动力的“e-tron”车型



●哈弗H6 coupe