

汽车销量增速下滑 车企纷纷加入“官方降价”行列



编者按 最近一段时间,汽车企业纷纷降价似乎成为车市最大的新闻,先是上海大众官方宣布主力车型降价,彻底打破了国内汽车市场价格多米诺骨牌,包括一汽-大众、长安福特、北京现代在内的大部分品牌紧随其后纷纷通过各种形式加入到降价风潮之中。而本周,上海通用突然宣布“官方降价”,更是引发业内火热关注。

上海通用这次市场指导价下调,涉及别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌、11个主力产品系列,共计40款车型,是继上海大众“官方降价”引发众多车企连锁让利之后,主流车企中最大规模的一次降价。分析指出,销量增速下滑、产能过剩是汽车企业官方降价的导火索。中国汽车工业协会公布的数据显示,4月国内汽车销量为199.45万辆,环比下降10.98%,同比

下降0.49%,其中轿车、MPV都呈现下滑趋势。

除了销量下滑,库存高企也是一个重要原因。中国汽车流通协会近日发布的“汽车经销商库存调查结果”显示,3月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。

但有专业人士也指出,车企降价是一种市场调节的现象,由于市场的供给与需求出现了矛盾,厂商通过降价来保证最初设定的这种销量目标,更多车企加入到降价行列是对前期降价品的一种应激。现在官方降价其实是对终端销售价格的确认,前期经销商已经维持了一个相对比较低的价格,厂商通过官方降价来减轻经销商中段价格下探所造成压力。

汽车产销数据近年最低 部分4S店打折求生

林远 报道

前不久,深圳菲亚特车车主罗先生去位于罗湖的广汽菲亚特深圳俊诚店,对自己的爱车进行维修保养,却发现这家菲亚特的4S店倒闭了。

事实上,近来中国车市“太平”。因为销售不畅,汽车品牌4S店进退两难,退店现象开始成风:一些品牌4S店出现了大面积露天存放新车的景象;拥有17家4S店的河南涌鑫集团被曝资金链断裂,老板“跑路”,店面基本全部关门歇业;菲亚特4S店接连关闭;一汽丰田九成以上经销商赔钱……

种种迹象表明,目前中国的汽车销售状况已经降到了近年来的最低水平。

中国汽车工业协会最新数据显示,今年前4月,汽车产销828.08万辆和814.48万辆,同比增长4.12%和2.77%,比一季度回落1.14个百分点和1.13个百分点,比上年同期回落4.87个百分点和6.30个百分点。

值得一提的是,前4月,基本型乘用车(轿车)产销408.20万辆和403.57万辆,同比下降0.54%和2.67%;其中4月份,轿车产销96.75万辆和93.20万辆,环比下降13.77%和13.13%,同比下降8.83%和9.63%。

对于车市的萧条现状,明华有道咨询总监封士明在接受记者采访时表示,因为经济放缓,消费者购买力下降,2008年曾有类似的走势,但彼时因为“4万亿”、免购置税、国家节能惠民补贴等强刺激政策,人为地把车市拉了上来。现在7年过去了,中国车市已经从增量市场转向了存量市场,后并喷期对政策刺激的反应已没有那么强烈。

很多业内人士认为,销售增速放缓是中国汽车市场进入新常态的信号。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬在今年的中国汽车论坛上说,2000年-2001年中国汽车产销增长平均速度是惊人的24%,而从2010年-2014年中国汽车产销平均增长速度是7%,这就标志着中国汽车产业已经由高速增长阶段进入了一个中高速增长阶段。

董扬说,由于汽车是国民经济的支柱产业,从现在到今后很长一段时间,中国汽车产业都具有拉动国民经济发展的责任、任务。因此中国汽车产业的产值、销售额、增加值的增长速度,应该高于国民生产总值的增长速度,这也是汽车业新常态的重要特征。

然而,现在的汽车工业产值的增长却不及GDP增幅,乘用车的销售也达不到此前业内普遍预期的8%的增长。车市的冬天似乎来了,这让很多4S店的经营者开始思考,如何才能生存下去。

以世界第一汽车厂家丰田汽车为例,这个无论是品牌知名度还是销量和社会拥有量长期在中国甚至是全球各经济体汽车市场都是排在前几名的,可目前丰田的经销商日子一样不好过。根据中国汽车流通协会会员部主任宋涛的说法,在一汽丰田的523家经销商中,95%都在赔钱,10%的经销商随时准备撤出。

豪华车品牌宝马的境遇也一样。最近,有宝马经销商不顾厂商私下哀求,在成都打出了“最低六折”的广告。经销商说,这仅仅只为了生存。

对此,封士明表示,“连宝马的经销商都能打六折,可以想象其他品牌4S店的生存状况。”

据车聚网向记者提供的消息,宝马中国和华晨宝马不久前宣布调低二季度批售目标,经销商只需完成85%的目标,即可获得单车数量奖。一方面是销售目标在降低,另一方面,因为库存压力高企,经销商赔本也要把车卖出去。

库存的压力几乎可以决定一家4S店的生死——由于建店成本高企,很多经销商都靠借贷度日,土地靠租赁,建店投资靠银行贷款,汽车进货后抵押合格证贷款继续周转。新建店抗风险能力低,由于没有积累,利润来源单一,如果新车销售有所压库,就会造成巨额亏损。

但现在的问题是,宝马的一些经销商往往库存好几百台卖不出去,以平均50万的单车价格计算,经销商的资金占用会达到数百元之多,如果采用承兑汇票的方式,4S店一个月所承担的银行利息能高达近2000万元。这导致现在一台宝马5系车,4S店即使亏3个点就卖,其他车型状况也大同小异,只有极少数车型还能有少量利润。

而宝马还不是受伤最深的企业。封士明表示,这一轮下滑几乎影响了市场上的所有品牌,合资车企中,大众受到的冲击最为明显,从香港盛博的上牌数据看,大众集团2015年一季度在华市场份额猛降至18.0%,而2014年的市场份额还是21.3%,这相当于他们这段时间丢掉了一个自主品牌的所有市场份额。

中国汽车工业协会副秘书长师建华说,由于中国经济正在放缓,投资、消费、出口都不是很有力,今年的汽车工业也不会像往年一样,尽管刚需依然没有减弱,但今年一季度的销售远远低于此前的预测,所以几乎可以说,今年全年汽车工业的增速肯定到不了7%,能达到5%就已是比较好的一个结果了。

对于后市,企业也正积极准备应对之策,东风乘用车总经理李春荣告诉记者,中国汽车总体的市场从2011年开始即已脱离了高速增长阶段,这对新兴企业的压力很大,尤其是中国品牌的汽车,在这样的大环境下,几乎全线亏损。而东风在萧条中的做法,就是增加电商成本,加强与互联网的合作,希望能开辟一条有效的突围路径。

车企销量下滑如何自救:官方降价或成新常态

钟天骢 李占伟 报道

5月12日,上海通用突然宣布“官方降价”,引发业内火热关注。据了解,此次市场指导价下调,涉及别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌、11个主力产品系列,共计40款车型。其中,雪佛兰科帕奇2.4L 7座旗舰版四驱的降幅达到5.39万元,主攻10万元市场的别克凯越也有万元的降价,凯迪拉克的价格降幅在1万~3万元之间。此举是继4月上海大众“官降”引发车企连锁让利之后,主流车企中最大规模的一次降价。

消息一出,引发各方评论。主流观点认为,销量增速下滑、产能过剩是汽车企业官方降价的导火索。中国汽车工业协会公布的数据显示,尽管上海车展多款新车上市,但4月国内汽车销量为199.45万辆,环比下降10.98%,同比下降0.49%,其中轿车、MPV都呈现下滑趋势。销量排名前10位的车企中,上海大众、一汽大众、上海通用下滑明显,跌幅分别为5.6%、16.9%、16.7%。

据《日本经济新闻》报道,2015年中国汽车厂商的生产能力预计将比上一年增长20%,达到5000万辆,但预测新车销售峰值为2500万辆。即便汽车企业80%的产能得到释放,仍有千万辆的产销差值。由于经济减速,销售增长缓慢,担心市场份额下降的厂商又很难止住增产能力,招致了降价竞争的恶性循环。

除了销量下滑,库存高企也是一个重要原因。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。其中,5个品牌的库存系数超过两个月。今年新年伊始,不少夹缝中生存的经销商已经开始向车企“求救”。

睿信致成管理咨询合伙人王丹青在接受采访时说,车企降价的背后,可能是经销商和车企相互协商的结果。一些汽车企业逐步意识到,饱和的中国汽车市场,如果不降价,那就是更为严重的库存积压。

尽管消费者对经销商的降价行为早已

习惯,但由车企出面下调官方指导价的做法却并不多见。因为在消费者心中,官方指导价的下调意味着车型下调了档次,对品牌力可能会产生负面影响。

此前,长安汽车总裁朱华荣在接受记者采访时表示,对于一个成熟的汽车市场来说,打价格战是不可避免的过程,这是汽车市场发展的规律;只有通过价格战的调整,让市场竞争不断加剧,才会催生一批足够有竞争力的企业。“但价格战不是一个可持续的做法,目前长安汽车保持了自己合适的定位和定价,暂时还没有降价的计划”。

对于“官方降价”这一现象,广汽集团总经理曾庆洪表示:“我们不希望去打价格战,而是希望市场渐渐看到我们产品的性价比和竞争力,把优秀的产品交给客户。”此外,广汽本田总经理水野孝秀也表示,不会跟进降价。

分析认为,从市场竞争的角度来看,随着越来越多车企加入“官方降价”大军,这一现象可能会成为新常态。降价可能在短时间内提振销量,但治标不治本。在产销规划的制定上,在销售结构的合理布局上,以及与经销商的合作上,汽车企业应该集体反思如何自救。

车企组团“官降” 开打价格战

2015年4月份,汽车圈最热的话题除了上海车展之外,非车企降价莫属。其实每年春季都是车市销售淡季,车企采取降价措施拉动销量并不是什么新鲜事。

而此次的降价之所以备受关注,是因为率先发起降价的是处于全国乘用车销售领头羊地位的上海大众。作为一个从2010年起就从未由厂家宣布过降价的品牌,此次突然大张旗鼓推出官方大幅降价,不得不令人侧目。随后,长安福特、北京现代、一汽-大众、上海汽车等一线乘用车品牌纷纷跟进,投入到此次降价浪潮当中。

虽然围绕这一轮降价有不少质疑声出现,但价格战的效果还是立竿见影的。5月11日,中国汽车工业协会发布数据显示,4

月国内乘用车市场(指狭义乘用车)销量,上海大众以14万辆的好成绩再度夺冠。上海大众旗下的新帕萨特更是在阔别多年之后,以27909辆的成绩一跃成为4月国内轿车市场的销量冠军。一汽-大众、上海通用分别排名车企销量第二和第三位。与去年同期相比,三家巨头企业销量均出现滑落,上海通用尤为严重。根据通用汽车官方数据,4月份上海通用在华销量119,032辆,同比下降达6.7%。

终于上海通用也抵不住销量下滑的趋势,仅一天后便也投身这轮价格战的风暴。

产能过剩 价格战成无奈之选

虽然降价后短期销量拉动有一定的效果,但是这一轮车企价格战是源于车市持续疲软所带来的压力所致,本质上是一次“去库存大战”。

数据显示,今年一季度,我国乘用车共销售530.51万辆,同比增长8.95%,增幅比上年同期回落1.14个百分点。这意味着,尽管车市总体仍然保持缓慢的增速,但同比增幅已经开始回落,增长势头有减弱的趋势。与此同时,中国汽车流通协会发布的“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示,2015年4月库存预警指数为60.5%,同比上升14.2%,已经连续7个月处于50%的警戒线水平以上。中国车市正在从增量市场转向存量市场。

此前便有业内分析认为,伴随着库存高压,5月车市压力将进一步增大,车市将出现新一轮的降价潮,上海通用此时采取的举措无疑印证了这一说法。全国乘用车联席会秘书长崔东树之前接受媒体采访时表示,各大车企的销量目标年初其实就已经规划好,但一季度销量增幅的同比回落还是大大出乎预料。如此来看,厂家的全年产销计划可能还是过高,这也是导致车企全面开打价格战的一大原因。

而导致产能过剩的主要原因,则是各车企在2012年前后预计市场会继续迅速扩大而决定进行大规模投资。据外媒此前报道,2012年全球对汽车投资的约60%集

中在中国。从决定投资建厂到投产需要约3年时间。正是当时的投资判断导致了现在的产能过剩。

产能过剩,销售乏力,库存持续增加,竞争愈发激烈,此时价格战似乎成为了车企必然的选择。

厂商关系将步入“新常态”?

之前中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬在接受媒体采访时表示,中国汽车产业已经与中国经济一样,进入了新常态,“虽然中国仍然是全世界体量最大、增长最快的汽车市场,但增速已经明显趋缓。”而伴随着车市进入新常态,汽车生产厂商和经销商的关系似乎也有了新的变化。

从去年中期,东风本田因库存压力过大停止从厂家进车开始,此后不断有经销商因库存压力加入与厂家谈判的行列。最终,宝马以现金补贴的方式,共计补贴经销商51亿元。而奔驰也在原来模糊返利的基础上给出了额外奖励,具体补贴额度为北京奔驰生产的车型每台补贴7250元,进口奔驰每台补贴4200元。奥迪则给予经销商共计20.5亿元的年度补贴。

然而进入2015年,销售形势变得更加恶劣。日前,宝马中国CEO安格就公开表示,公司已在华削减产出,减少向经销商供应车辆,二季度仍将如此。而此次的“官降”热潮,也是汽车厂商为减轻经销商压力,进一步缓和厂商矛盾做出的选择。此举虽然在一定程度上刺激了刚需购车群体出手消费,但是目前看来部分官降幅度其实还达不到目前市场的优惠幅度,所以消费者所能得到的实际优惠非常有限。尽管如此,但这还是体现了一种趋势:车企正在取代4S店走上车市降价前台,这是近几年难得一见的风景。

业内人士表示,一场由车企主导、剑拔弩张的价格战已经正式打响,“官降”或将成为2015年乃至更长一段时期内的车市主旋律之一。

4月进口车供需下滑超2成 车价平均优惠幅度达11%

刘卫琰 报道

随着我国车市整体遇冷,今年以来进口车市场也持续走低。

根据中国进口汽车市场数据库发布的消息,4月我国汽车进口车的供给量和需求双双再度下滑,下滑幅度分别达到27.7%和21.13%,相对于今年第一季度下滑幅度进一步增大,宝马、奔驰、丰田、奥迪、大众等进口车“大户”,也难逃一劫。即便是在今年一季度依然保持一定增幅的MPV车型,当月进口量也出现了一定程度的下滑。

对此,国机汽车市场部高级经理王存告诉记者:“目前,我国进口车市场已经进入了全面调整期。”

值得关注的是,由于进口车销量急剧降温,进口车库存再次遭遇“红线”预警,4月库存系数达到5.1,再创新高。与此同时,进口车市场优惠幅度也达到11.2%,也攀升到历史高点。

MPV 首度下滑

中国进口汽车市场数据库发布的数据显示,今年4月我国乘用车进口量为9.09万辆,同比下滑27%。相对于今年一季度,

下滑幅度进一步加大。今年一季度,我国乘用车累计进口25.61万辆,同比下滑17.1%。

随着进口车供给量的加速滑坡,宝马、奔驰、奥迪、丰田、大众等主要进口品牌的进口量也出现了不同程度下滑。

其中,宝马品牌仍然位居进口车品牌榜首,但是其4月进口量为1.24万辆,同比下滑19.8%;进口规模仅次于宝马的奔驰,4月进口量为1.2万辆,同比下滑10.15%;同期,奥迪、丰田、大众品牌的汽车进口量分别为0.53万辆、0.64万辆和0.53万辆,分别同比下滑33.88%、7.31%和29.47%。

其中,SUV车型进口量为5.76万辆,下滑幅度达到25.4%。今年一季度,SUV车型进口量的下降幅度为16%。

此前销量稳步走高的两个SUV品牌路虎和Jeep,进口市场上的表现受到了拖累。去年曾经一度超过宝马坐上进口量冠军宝座的Jeep,今年4月销量增幅也在收窄,达到12.96%,去年同期这一增幅则超过50%。相比之下,路虎的进口量下降更快,4月其进口量为0.7万辆,同比下滑21.43%。王存认为:“路虎进口量下滑,不仅有极光国产的原因,还源于目前SUV市场也在降温。”

相对于SUV车型,轿车进口量的下滑幅度则更大,达到31.8%。值得一提的是,今

年以来一直保持增长的进口MPV也首次出现下滑,下滑幅度为12.2%,达到0.43万辆。

至此,轿车、SUV和MPV三大类进口车产品均步入下行通道,我国进口车市场随之全面进入库存调整期。

库存再创新高

根据中国进口汽车市场数据库发布的数据,今年4月我国进口车市场库存系数已经达到5.1,再创历史新高。而今年前两个月,进口车库存系数均在5以下,3月攀升至5.08。

对此,王存表示:“这主要是因为目前进口车的市场需求在加速降温。”

根据全国进口车联席会的统计数据,今年4月进口车销售7.45万辆,同比下滑21.3%,下滑幅度进一步加大。今年前三月,进口车销量同比下滑幅度为20.8%、16.6%和21%。

今年4月,宝马、奥迪、路虎等主力进口车的销量也呈现下滑态势。其中,宝马销量同比下滑5.9%,达到1.1万辆;奥迪同比下滑14.7%,达到0.57万辆;路虎的下滑幅度则高达30%以上。“在不断走高的库存压力之下,4月进口车的优惠幅度再创新高,达到11.2%。”王存表示。