

2013年度
盘·点

京城经销商生存状况众生相

得意

■奥迪

每次去奥迪经销商展厅,看车、买车的消费者都多得像在集市一样。在今年几乎没有国产新车的情况下,一汽-大众奥迪的销量依旧保持了大幅度增长。多位京城奥迪经销商告诉北京商报记者,今年提前1个月甚至2个月就已经完成了销售任务。据调查,畅销的A4L进入12月后就已经没有现车。

■宝马

今年对宝马经销商来说又是一个丰收年,虽然北京汽车市场实施了限购,但却变相提升了豪华车的销量。采访中,宝马经销商告诉北京商报记者,11月便完成了全年的销售计划。在完成的情况下,经销商在11月中下旬到12月底,对新车的优惠幅度进行了大幅度回调。

■上海大众

除了豪车经销商,今年对上海大众经销商来说也算是一个丰收的年份。今年上海大众上市了朗行和朗境两款新车。此外,上海大众还针对北京市场加大了对二手车置换的补贴。一位上海大众经销商表示,今年的销售业绩将突破2000辆,比去年增长10%。

喜忧参半

■东风日产

今年东风日产经销商的业绩比去年

2013年是北京汽车市场实施限购的第三年,这一年北京市场的整体销量将出现1%的负增长,销量的下滑直接导致部分经销商生存状况的不乐观、盈利能力下滑明显。不过,也有部分经销商通过自身的营销创新取得了不错的销售业绩。现在就让我们一起看看,在过去的一年里哪些经销商在赚钱,哪些在赔钱。



强很多,不仅有重点新车,厂家还大力推出了“东风日产感恩十年”置换活动,这使得最需要置换政策的京城经销商受益很大。不过,销量的上涨是在牺牲利润的前提下取得的,12月很多品牌都已经回收了优惠的幅度,东风日产经销商却还在大力促销。

■东风本田

为了增加经销商的销量,东风本田今年重点推出了新车杰德,这款多功能车成为了京城经销商的第二增长点。一位京城东风本田经销商告诉北京商报记者,今年销售业绩是1500辆,基本能完成厂家的任务。但是,之前一直加价销售的主力车型

CR-V的优惠幅度一直保持在1万元左右,利润下降明显。

■一汽丰田

和其他日系经销商一样,一汽丰田经销商今年依旧被中日关系紧张所困扰。不过,一汽丰田今年连续推出了四款新车,分别是全新RAV4、改款锐志、普拉多和全新威驰,这直接带动了京城经销商的销量。不过,新车的频繁上市让经销商一直处于旧车清库状态,部分经销商的利润受到了影响。

失意

■长安铃木

由于品牌力相对较弱,而且没有新车,京城长安铃木经销商今年的销售业绩普遍不理想。一位长安铃木经销商告诉北京商报记者,今年的销售任务肯定是不能完成了,即使优惠力度很大,也很难带动销量,今年整体销量将比去年下降10%。此外,新车锋驭的上市时间被拖到了年底,厂家的宣传支持也很小。

■一汽马自达

原本计划在今年上市的两款新车型ATENZA和CX-7,被无缘无故推迟到了2014年,这让急需新车救市的一汽马自达经销商很受伤。多位一汽马自达经销商表示,现在就是撑着,靠售后养活整个4S店。采访中,北京商报记者发现,临近年底,一汽马自达旗下各款车型的优惠依旧保持了较大幅度。

北京商报记者 钱瑜 常琪/文并摄

· 信息 ·

海马借技术升级冲击B级车市场

日前,海马首款B级轿车海马M8正式上市。作为海马汽车自主2.0时代的旗舰产品,海马汽车方面表示,将借助海马M8进军B级轿车市场,力图在更广阔的市场中实现自主2.0时代的汽车梦想,通过一款战略车型为品牌向上发展提供源源不断的动力。

自今年海马宣布进入自主2.0时代以来,海马汽车正以新平台、新产品、新技术,以及全新形象面向市场。海马汽车销售公司副总经理李伟胜表示,海马迈入自主2.0时代后,相继推出的S7、M3等热销车型在消费者中赢得了良好口碑,卓越的产品



品质进一步巩固了“技术海马、轿车专家”的品牌形象。

据了解,海马M8诞生于海马全新平台,集成海马最新造车技术,价格区间为12.68万-16.68万元。海马汽车集团营销管理部部长汤斯告诉北京商

报记者,首款面向B级车市场的海马M8上市后,将在逐步提升海马汽车品牌形象的同时,与今年4月上市的A级车海马M3以及今年6月上市的紧凑型城市SUV海马S7组建成海马汽车全新产品矩阵。

事实上,自2010年后,

随着微车市场转淡,海马汽车的销量持续遭遇严重下滑。2012年,海马汽车未能完成此前的15.6万辆年度目标。然而,自今年进入自主开发2.0时代以来,伴随SUV产品S7、A0级轿车M3以及B级车轿车M8的推出,海马汽车在终端销量上已经有所改变。

“2012年海马销量为12万辆左右,2013全年预计增长会达到40%以上,实现15万辆的销量。”汤斯透露,年底上市的海马M8,将在海马汽车新版图中起到承上启下的作用,也会成为明年增量的产品。

北京商报记者 蓝朝晖

儿童座椅使用率略有提高

一份近日公布的《2013年中国儿童安全座椅年终调查报告》显示,与年初的调查数据相比,我国全国范围内儿童安全座椅的使用率略有上升,已有近一成的家庭正在使用儿童座椅。

调查显示,缺乏相关法律强制使用依然是阻碍我国儿童安全座椅普及的首要原因。汽车之家儿童安全座椅公益项目负责人表示,2014年汽车之家仍将继续致力于联合全社会的力量推动立法尽快出台。据了解,国内儿童安全座椅国家强制性产品认证(3C)目录有望于近期出台。

奥迪启动“见地未来 冰雪体验季”

日前,“奥迪2013-2014国际雪联自由式滑雪空中技巧世界杯”在国家体育场“鸟巢”正式开战。作为赛事的惟一冠名赞助商,一汽-大众奥迪在现场正式启动“见地未来 冰雪体验季”大型用户体验活动。

一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理葛树文表示:“今年5月,一汽-大众奥迪在中国启动了‘China Land of quattro见地未来’整合营销战略,收获了大量好评。今天启动的‘见地未来 冰雪体验季’是‘China Land of quattro见地未来’战略的重要组成,这项活动通过助力顶级滑雪运动、开展冰雪驾驶体验,展示出奥迪quattro的卓越性能,为奥迪‘粉丝’创造了独特的运动体验。”

斯柯达冬季服务节开启

斯柯达服务节是上海大众斯柯达创新服务举措的重要内容之一,今年的服务节在专项免费检测方面,除了推出灯光系统、蓄电池、制动摩擦片、轮胎等8项核心检测内容外,还根据冬季出行的具体需求,增加了多项季节性专项检测项目。

此外,为了回馈广大车主对上海大众斯柯达品牌的支持,本届服务节精心准备了多项优惠的原装附/配件供选择,车主购买指定原装附/配件产品,可获赠2倍车友汇总部积分奖励。北京商报记者 王万利/整理

神龙汽车年销量突破55万辆

神龙汽车日前宣布,公司全年销量正式突破55万辆。这也是神龙汽车首次登上50万辆的新台阶,全年将以同比增长超过25%的业绩收官。据了解,神龙公司今年以“品牌进取”为营销主题,深化营销创新。神龙汽车旗下双品牌东风雪铁龙、东风标致

分别实现累计销售突破28万辆和27万辆,同比均增长25%。

标致雪铁龙集团亚洲运营部公共事务及企业传讯总监章宇光表示,中国市场对PSA复兴战略有着举足轻重的地位,“E动战略”持续加速,不断加大对中国投资力度和产品

技术导入,也促使神龙汽车产品和品牌竞争力进一步增强。

按照计划,2014年,神龙公司将进一步加速“三年倍增计划”的推进,全年将向“65万辆”的新目标进发。为保持持续快速增长,促进目标的达成,神龙公司将进一步加速

新产品的投放。章宇光透露,明年PSA旗下标致、雪铁龙、DS三大品牌有多款新车推出,预计2014年PSA在华将有月14款新车、改款车型陆续与国内消费者见面。其中,神龙汽车明年还将投放三款全新车型。

北京商报记者 蓝朝晖