

A3 2015年车市首月销量未达预期

“今年车市开局并不乐观，乘用车销量呈逐步下降趋势。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，本应在春节前出现的购车高峰至今还未出现，无论是零售量还是批发量都将难以达到预期目标。

A5 经销商商会盼借立法争夺话语权

面对汽车经销商集体亏损、抱团抗议的局面，全国工商联汽车经销商商会也不再沉默。经销商商会秘书长朱孔源表示，“我们强烈呼吁《办法》能尽快出台，以解决经销商与厂商之间的突出问题”。

A7 车商延续补贴应对二手车政策空窗期

尽管今年新一轮报废补贴政策尚未出台，但车企和经销商并未停止对旧车置换的补贴，纷纷延续去年置换补贴额度进行促销，以提振销量应对政策空窗期。

销量未达预期 面临退市风险

天津一汽押宝骏派战略失利

北京商报记者 蓝朝晖 刘洋

骏派D60销量未达预期

作为天津一汽扭转整体销售颓势的重磅车型，去年10月27日刚刚上市的骏派D60被寄予了厚望。按照天津一汽的计划，骏派D60上市前几个月尚属销量爬坡期，预计在去年D60实现9000辆的产能和7000辆的销量。

天津一汽销售公司副总经理党仁更是对骏派的销量充满信心，“骏派D60在上市后短短的一个月内，全国市场的订单已经超过了6000辆，这一数字充分表现了消费者对于骏派D60车型的认可”。

不过，查阅天津一汽去年的销量数据不难发现，2014年骏派D60的实际销量仅为4041辆，这意味着所谓的6000辆订单并未交付，其2014年的产销目标也未完成。对此，天津一汽方面将骏派D60的产销目标未能完成归结于上市日期有所推迟，产能需要一定的爬坡期。而北京商报记者走访车市时却发现，目前骏派D60的现车充足，基本上都有现车可以选择。

在北京一家天津一汽4S店内，一位销售人员表示，目前骏派D60销量最好的车型为1.5L中低配两款车型以及1.8L高配车型，而且都有现车。“骏派D60刚上市的时候需要预订，提车周期为两周的时间，而现在大部分车型都不需要预订。”该销售人员称。

值得关注的是，作为刚刚上市的车型，虽然经销商明确表示购买骏派D60没有现金优惠，但是可以赠送2000元的原厂装饰，其中包括座套、脚垫等。“由于骏派D60在市面上很少能见到，赠送的装饰都是由原厂配送，如果消费者想在市场中购买副厂的装饰品，目前很难买到。”销售人员表示。

除了提升销量，骏派D60的另一项重任就是扭转夏利、威驰两大品牌一直以来带给天津一汽低端、廉价的品牌形象，但效果也并不显著。北京商报记者在北京一家天津一汽4S店内随机采访了消费者孙先生。他告诉北京商报记者，看到骏派D60时才知道天津一汽新出了一款SUV。“来看车之前，我不知道天津一汽还出了一款SUV车型。”孙先生认为，除了价格优势外，天津一汽骏派的品牌力与其竞争对手奇瑞瑞虎3、哈佛H1等差距明显。

持续亏损面临退市风险

显然，骏派D60很难在短时间内提振天津一汽的销量。根据一汽夏利提供的产销数据，按照计划，2014年全年调整后的

被天津一汽视为救命稻草的骏派D60市场表现再次让企业失望。日前，一汽夏利发布的数据显示，骏派汽车销量暂时放在“威”系列中统计，去年12月骏派D60仅卖出2356辆。作为骏派品牌旗下首款A0级SUV，天津一汽几乎调动了所有能调动的资源。然而，单月2000余辆的销量与预期相差甚远。业界普遍担心，骏派D60在竞争激烈的A0级SUV细分市场打不开局面，意味着天津一汽的转型并未见效，天津一汽仍将难以走出积重已久的亏损泥潭，最终面临在证交所退市的风险。



一汽夏利总体产销目标为8万辆，与去年初制定的14万辆目标减少了6万辆。

不过，根据一汽夏利去年12月的产销量公告，2014年1-12月，夏利和威驰两大品牌累计销量仅实现72059辆，不但比上年同期的130511辆大幅度下降约45%，且仅完成当年整体产销目标的90%，一汽夏利2014年的目标依旧未能完成。

与此同时，根据一汽夏利发布的业绩预测，公司在国内汽车市场消费升级、部分城市限购、经济型轿车市场份额持续快速下降等因素的影响下，产品结构升级调整的步伐未能适应市场快速变化的要求。夏利N3、N5轿车，威志V5轿车销量同比下降，2013年推出的夏利N7产品未达销售目标。骏派D60产品2014年内上市的日期有所推迟，导致2014年度产销规模同比有较大幅度下降，公司主营业务产生了较大的亏损。年内向公司贡献的投资收益同比也有较大幅度下降。

值得关注的是，一汽夏利利润的暴跌已经持续了两年。一汽夏利自2012年下半年开始利润遭遇全线下滑，从而导致2012年净利润暴跌68.74%。2013年继续下滑，全年亏损4.8亿元，下滑幅度为1503.44%，而根据上市公司的规定，如一汽夏利经审计后的2014年度净利润为亏损，则待2014年度报告披露后，对公司股票交易将实施退市风险警示。

业内人士认为，从目前来看，天津一汽押宝骏派D60，从而带动2015年天津一汽实现盈利的愿望也将落空。“为了骏派D60的发展，天津一汽集全公司之力，先后建成全新产品研发中心、全新动力总成基地、全新整车制造工厂和监察工厂。”该人士认为，此前一汽自主也曾频繁尝试通过打造新品牌扭转企业销量、提升品牌形象，如推出欧朗等，但最终收到的效果都不是很好。如今天津一汽寄希望于骏派来扭转企业颓势，不排除重蹈欧朗覆辙的可能。

2015年面临深度调整

在公司退市风险的压力下，天津一汽也开始将企业重心逐渐转移至骏派品牌。有消息称，夏利旗下产品只会保留N3、N5和N7，并且不会再有新产品向低端市场发展。

北京一家天津一汽4S店销售人员坦言，相比过去夏利产品的现金优惠，无论是在价格上还是在优惠幅度上，骏派D60已经成为天津一汽经销商手中少有能存在利润的车型。“厂家基本上对于骏派D60没有什么市场支持，我们也只能按照指导价销售，但已经比过去夏利车的利润有提升了。”上述销售人员称。

据了解，骏派D60的销售价格为6.49万-9.99万元。按照天津一汽的规

划，今年骏派D60销量将达6万辆，预期约占天津一汽总体销量的75%左右。而按此推算，天津一汽今年整体销量目标接近8万辆。

一位天津一汽内部人士也表示，由于去年一汽夏利的销售目标并未完成，目前天津一汽尚未制定2015年的全年目标，甚至可能会继续调低全年销售目标。

乘联会提供的数据显示，去年12月，骏派D60占到了当月天津一汽整体销量的35%。对此，有业内人士分析认为，骏派D60已经对天津一汽的销量起到了支撑作用，但距离其预期的目标依然差距明显。从今年1月的统计预期来看，骏派D60依然可能未达到5000辆的单月销量目标，今年天津一汽试图扭转市场颓势也将变得更为艰难。

按照天津一汽的规划，为有效提振销量，今年还将推出两款新车。其中新款夏利N7将进一步降低购车门槛，推出1.0L手动挡车型；新款夏利N5将推出自动挡车型，以丰富现有的产品阵容。而骏派品牌在推出D60后，一款A级轿车也准备上市冲量。

不过，在骏派品牌旗下首款A0级SUV车型失利的阴影下，天津一汽能否借助新产品战略承担起天津一汽逆转市场的使命，这或许将是天津一汽的最后一战。