

东风雷诺加大补贴缓解渠道危机

四成亏损经销商亟待提升盈利

面对经销商频频曝出的盈利难题，东风雷诺日前召开了2015年首次经销商大会，公布了新一年的商务政策，以缓解经销商单店盈利水平低的危机。据悉，东风雷诺此次承诺加大经销商返利补贴，并根据经销商的整体表现制定2015年的销量目标，以减少经销商的库存压力。但业内人士认为，目前仍有至少四成的东风雷诺经销商处于亏损状态，亟待提升盈利水平。

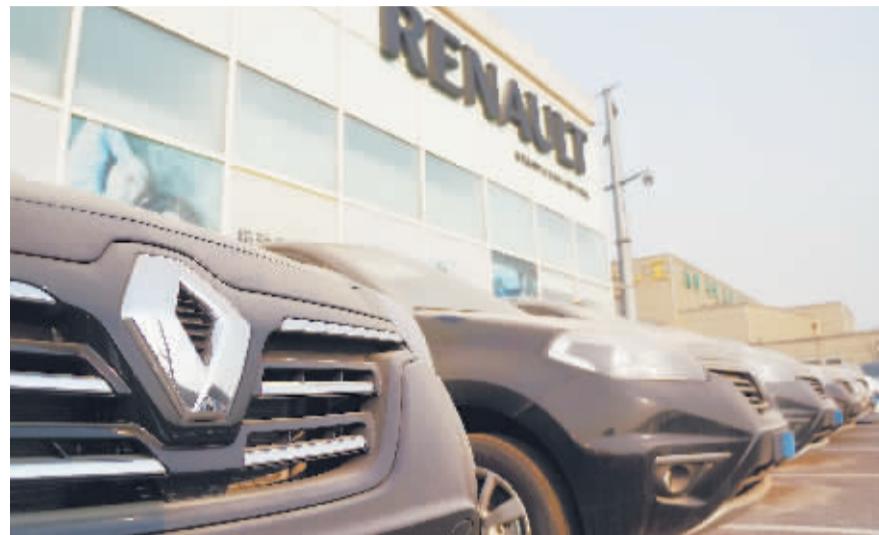
加大补贴力度

此前，东风雷诺部分经销商联合发布了公开信，他们在信中痛斥厂家疯狂压库、制定霸王考核政策等行为，导致经销商大面积亏损。

对此，业内人士认为，随着汽车市场环境变化和竞争加剧，经销商库存高、盈利不良等消息时有出现，经销商与主机厂之间的矛盾不断激化。这使经销商的库存以及亏损问题更加严峻。越来越多的经销商开始向主机厂提出亏损补偿诉求，也有经销商提出调整2015年销售任务的要求。

东风雷诺方面在给北京商报的回应中，承认了关于部分经销商提出希望下调销售任务或补贴的诉求，并希望通过2015年首次经销商大会，缓和与经销商的矛盾关系，缓解渠道危机。

据了解，除了提出给予经销商补贴和调整商务政策的方式强化经销商的收益能力外，东风雷诺将在4S店的基础上，采取分销模式，以城市展厅和卫星店的方式强化服务网络的覆盖。此外，东风雷诺还成立了经销商咨询委员会，建立了与经销商



商的直接沟通机制，听取经销商建设性的建议，扶持亏损的经销商共同盈利。

一位东风雷诺4S店负责人透露，车企在返利方面将每辆车的提车补贴增加了2000元，同时销售目标完成量所对应的返利折扣系数亦被取消，这对于经销商的盈利水平将有很大的提升。

“自去年接手进口车业务以来，东风雷诺只有两家经销商因自身经营或未来发展规划的调整，主动申请退网。有超过50%的经销商实现了盈利，而跟上东风雷诺商务政策的经销商超过了65%。”一位东风雷诺内部人士称，今年东风雷诺的任务是，密切关注市场变化，以经销商财务

健康为前提，提高渠道网络的收益能力。

渠道扩张难题

在加大补贴的同时，新商务政策中并未减少东风雷诺的渠道扩张数量，按照东风雷诺的规划，2015年底，东风雷诺计划建设150家经销商，截至目前，东风雷诺正在运营的经销商共有102家，新签约的57家经销商网点正在建设中。

“虽然厂家返利提升，但渠道扩张的速度不变，如果批售考核目标同步增加，很多经销商依然拿不到返利，这肯定会引起经销商新的不满，这对于东风雷诺而言，渠道的危机依然没有解除。”亚运村汽

车交易市场副总经理颜景辉称，希望主机厂能根据市场环境变化做出适当调整。

对此，东风雷诺一再强调，作为一个全新的合资公司，相比较其他品牌，在网络规模问题上，东风雷诺并不是“快速扩张”。网络拓展与产能规划、产品导入进度，以及对产品的信心紧密相关。在制定网络规划战略前，东风雷诺进行了大量的试算，有信心确保经销商的收益。

然而，经销商依然担心，过快的增长速度以及雷诺针对中国市场的整体销量目标，仍然会影响到东风雷诺与经销商的关系，阻滞其发展。

此前，雷诺CEO卡洛斯·戈恩曾表示：“在中国，我们力求占到其市场份额的6%，最少也要占到3%。”而雷诺方面也宣称，在中国建立的新厂年产量将冲击超过50万辆的目标。

统计数据显示，2014年，东风雷诺进口车共实现销量33425辆，同比增长26%。虽然东风雷诺首款国产车型计划于2016年下线，但50万辆的目标并不是短期内可以实现的。

业内人士认为，虽然东风雷诺推出新商务政策表达了一种积极态度，但并未从根本上解决经销商盈利的难题。“从目前来看，东风雷诺经销商中尚有至少四成未能盈利，虽然有了补贴，但经销商对新车的优惠幅度早已超过了补贴，如果核心盈利问题未能缓解，今年仍不排除有东风雷诺经销商继续退网的可能，而这才是东风雷诺国产后考验的开始。”上述人士称。

北京商报记者 蓝朝晖/文 刘洋/摄

·简讯·

沃尔沃2014年销量创历史新高



全新沃尔沃XC90插电式混合动力车

得益于在中国和欧洲市场的强劲表现，沃尔沃汽车集团2014年销量创下历史新高。沃尔沃汽车集团近日公布了2014年度财务报告，2014年营业利润达22.52亿瑞典克朗，与上年的19.19亿瑞典克朗相比增长了17.4%，这一创下新高的销售表现，为其继续推行全球复兴战略铺平了道路。2014年沃尔沃汽车集团全年销售收入为1299.59亿瑞典克朗，与2013年全年收入1222.45亿瑞典克朗相比再上了一个新的台阶。

与2013年全球销量

427840辆的数字相比，2014年沃尔沃全球销量增长了8.9%，达465866辆，创历史最高纪录。中国是沃尔沃汽车最大的市场，沃尔沃汽车2014年在中国销量超过8万辆。在欧洲市场，沃尔沃汽车的销量增速比市场总体水平及该地区的主要竞争对手高出一倍。

据悉，自2013年7月至2015年1月，沃尔沃汽车实现连续19个月的销量增长。沃尔沃汽车集团总裁兼首席执行官汉肯·塞缪尔森表示：“值得一提的是，沃尔沃汽车集团仍处

于投资期，这些投资成果将于今年开始显现。”

沃尔沃的长期战略目标之一是强化其作为全球高端汽车制造商的地位。为此，公司正在进行战略

投资以实现全球复兴。沃尔沃汽车希望通过彻底更新其产品线来实现销量翻番，达到每年销售80万辆的中期目标。

北京商报记者 钱瑜

北汽集团与国航签订合作协议

北汽集团与中国国际航空公司日前在北京研发基地举行战略合作框架协议签字仪式。据悉，北汽集团与中国国际航空公司签订的战略合作协议主要内容为：今后将加强在通用航空业务方面及人才培养方面的合作；航空旅行方面的合作；物流方面的合作；车辆采购方面的合作；职工住房、员工公租房方面的合作；工会、团委在相互学习交流、职工之家创建、文体活动、单身员工交友等方面的合作；共同可以进行的投资项目方面的合作。还将研究广告投入方面的合作。

劳斯莱斯宣布打造全新车型

劳斯莱斯汽车近日正式公布了打造一款全新车型的计划，迎来了品牌历史上又一个崭新的里程碑时刻。劳斯莱斯汽车首席执行官托斯顿·穆勒·乌特弗斯宣布，“劳斯莱斯汽车正在打造一款‘挑高’车身设计的全新车型，以满足世界各地的客户对现代生活方式的需求”。据透露，全新车型秉承劳斯莱斯汽车一贯的奢华气度，将是一款契合客户高度移动性的现代生活方式的高品质座驾，其拥有优雅的挑高车身、采用全新铝制结构，能够完美诠释劳斯莱斯奢华、舒适品牌气质。

日产2014财年收益大幅增长

近日，日产汽车公司公布了2014财年前9个月（2014年4—12月）的财务报告。2014财年前三季度，日产汽车公司净收益达3388亿日元，同比增长23.6%；净收入达80900亿日元，同比增长11.1%；经营利润达4179亿日元，经营利润率为5.2%。“日产汽车公司2014财年前9个月的财务表现十分稳健。”日产汽车公司总裁兼CEO卡洛斯·戈恩表示，“鉴于我们不断有新车型发布，且在北美和西欧市场的强劲势头又足以弥补来自其他市场的波动，我们对日产汽车全年财务业绩的预估十分乐观”。

北京商报记者 王万利/整理

戴姆勒中国区CEO任期延至2020年

日前，戴姆勒股份公司监事会正式将戴姆勒股份公司董事、戴姆勒大中华区业务负责人唐仕凯的合同期延长至2020年12月31日。唐仕凯于2012年12月13日成为戴姆勒股份公司董事会成员，其现有合同将于2015年12月31日到期。唐仕凯是戴姆勒大中华区投资有限公司董事长兼首席执行官，负责戴姆勒在华所有业务的战略及运营。

2014年，戴姆勒在华影响力进一步加深，起到核心作用的无疑是全球最有价值的汽车品牌梅赛德斯-奔驰。梅赛德斯-奔驰乘用车在2014年的销量同比增长28%，公司在华开展了其品牌历史上规模最大的网络扩展行动——在53个新城市

开设了100多个全新的经销商网点。与此同时，为更快更高效地对中国市场的需求做出回应，2014年11月在北京开设的梅赛德斯-奔驰中国研发中心正式投入使用。

去年，梅赛德斯-奔驰再次强化了在华的国产化进程。全新梅赛德斯-奔驰C级轿车作为第50万辆国产奔驰在北京

奔驰成功下线，标志着其进一步深入中国市场。事实上，最近两年的国产车数量已占据了半壁江山。此外，戴姆勒与北汽集团签署协议，双方计划斥资10亿欧元推动更多豪华紧凑车型的国产化。其中，GLA SUV数周后就将在全新的紧凑车型工厂投产。

北京商报记者 钱瑜