

# 最低年销目标难保 神龙汽车遇坎

年初定下23.5万辆最低年销目标的神龙汽车,难逃销量下滑的魔咒。近日,神龙汽车公布上半年销量数据显示,旗下两大品牌东风标致和东风雪铁龙累计销量缩水六成,年销目标完成率仅为26.8%。面对逐渐被中国市场边缘化的现状,PSA集团开启改革调整,并为神龙汽车开出“药方”。PSA集团管理委员会主席唐唯实重申:“不会放弃中国市场”,并对PSA集团在中国的发展依然坚定。然而,北京商报记者走访发现,神龙汽车终端市场压力依旧较大,就目前情况而言,PSA集团这张“药方”并不对症。



## 目标完成率不足三成

数据显示,6月神龙汽车销量仅为1.01万辆,同比下滑54.2%。自去年7月开始,神龙汽车已连续12个月出现销量同比下滑。同时,今年上半年神龙汽车累计销量为6.3万辆,同比下滑高达60.05%。

其中,作为神龙汽车两大品牌,东风雪铁龙旗下C3-XR、C4L等车型,东风标致旗下508L和5008等车型销量均未能提升神龙汽车整体销量。今年上半年,作为主打车型的508L,被视为东风标致扭转市场颓势的关键产品。但是,3月该车型上市,当月销量仅为600辆;4月下降至500辆;6月进一步下滑至393辆,逐月下跌的销量成绩远未达到东风标致的期待。而东风雪铁龙方面,今年

是雪铁龙品牌成立100周年,但东风雪铁龙只推出C3-XR中期改款车型和几款年度改款车型,整个上半年并未推出重磅新车。

事实上,作为最早的合资车企,神龙汽车自1992年成立以来,曾凭借东风雪铁龙富康与一汽-大众捷达、上汽大众桑塔纳组成国内汽车市场“老三样”。2014年,神龙汽车销量攀升至70.4万辆,同比增幅高达28%;2015年,神龙汽车销量曾一度达到71万辆。但是,此后业绩开始逐步下滑。

数据显示,2018年神龙汽车销量仅为25.3万辆,同比减少32.89%,仅完成当年销量目标的一半。

从71万辆跌至25.3万辆,神龙汽车仅用三年便由主流品牌沦为边缘品牌,销量不振、经销商库存高企、高管大换

血及裁员等一连串危机,已将神龙汽车推向深渊,2018年神龙汽车直接亏损扩大至36亿元。

面对困局,今年初神龙汽车将全年销量目标定为23.5万辆,这也成为神龙汽车成立以来的目标新低。今年上半年,神龙汽车销量仅为6.3万辆,仅完成该目标不到三成。这意味着,下半年神龙汽车需要月均销量近3万辆才能完成年销目标,但是按照6月销量仅1万余辆的数据来看,完成目标并不现实。

## 经销商承压捆绑进车

神龙汽车销量持续下滑,也让终端市场压力倍增,尽管年初时神龙方面下调销量目标,但经销商压力并未得到明显缓解。

北京商报记者走访发现,神龙汽车

旗下两大品牌各经销商正加大优惠以求拉动销量。尽管部分车型完成国五国六版本切换,但在价格相对稳定的国六车型上,东风标致部分车型依然开出大幅优惠。一位东风标致销售人员表示,目前店内4008、5008国六版本车型优惠均在2.8万元左右。

“前段时间甩卖国五车型时,SUV车型优惠已达4万元,现在切换国六版本,但与其他品牌优惠较少的情况相比,东风标致车型优惠幅度仍较大。”上述销售人员为记者算了笔账,以官方指导价18.97万元的4008 1.6T车型为例,优惠2.8万元加上置换补贴1.4万元,最终购车款比官方指导价要低2万元左右。

然而,大幅优惠并未换来销量回升。数据显示,6月东风标致旗下车型除4008销量为1895辆外,其余车型销量均未破万辆。

不同于SUV车型的大力促销,旗舰车型508L是店内唯一没有优惠的车型,仅有1万元置换补贴。而经销商对该车型并不“感冒”。据了解,在东风标致508L上市后便有经销商采取订单进车方式,以减少库存压力。

值得一提的是,与东风标致旗下车型已逐步升级为国六版本相比,东风雪铁龙店内不少车型仍未升级,尽管主推的天逸车型已升级至国六排放标准,但由于取消了低配车型,使得该车型的售价门槛从原来的14.97万元提升至16.97万元,经销商不得不在新车到店后便开出2万元优惠。

(下转A2版)

漪席谈

# 这一刻的情怀,难以道别

刘蕊漪

上周,大众最后一辆甲壳虫汽车在墨西哥Puebla工厂下线,有着81年历史的甲壳虫正式停产。

就像大众汽车北美CEO科特·基奥所说:“很难想象没有了甲壳虫的大众品牌,不过这一天终究还是来了。”

甲壳虫被我们戏称为汽车界的“活化石”并不为过。为生产这款汽车,德国专门成立了一家汽车厂——德国大众。后来德国战败,英军占领甲壳虫生产线,直到1949年又将甲壳虫交还给德国政府生产。

1934年,经传奇设计师斐迪南·保时捷(保时捷创始人)操刀,这款经济型

小车于1936年完成首次测试,1938年在德国面市;11年后,这款车型进入美国市场,成为实用出行的象征,它标志性的大灯像一双可爱的圆眼睛,紧凑的车身设计也赢得众多车迷喜爱,颇受嬉皮士欢迎;1950年,甲壳虫第10万辆汽车下线,成为当时德国人民骄傲的资本;1962年,第500万辆甲壳虫下线;1967年,甲壳虫迎来第1000万辆车下线;1968年,随着迪士尼电影《万能金龟车》的上映,甲壳虫成为全世界的宠儿;1970年,大众在美国出售近57万辆甲壳虫,80%都被嬉皮士们画上彩绘;1972年,甲壳虫打破福特T型车的生产纪录,

成为世界上产量最高的单款车型;1981年5月15日,第2000万辆甲壳虫在墨西哥下线。

甲壳虫不仅影响了几代人,更影响了这个时代。

2012年,大众集团改进新甲壳虫车型,以贴近男性消费者,改款后的甲壳虫就是今天我们看到的样子。但无论如何改款,甲壳虫的设计师们在时尚风潮变幻中,并没有为流行表象所惑,一直秉承这款车的初始设计,甲壳虫在每个时代都保持着它新鲜可爱的俏皮风格。如果说开的是甲壳虫,别人就会清楚,因为甲壳虫是唯一的。不像你说你

开丰田你开奥迪,还需要区分。

这么经典的一款车型,不会就此消失,再也不会。不过,或许当它再回来的时候,已经是一辆完全不一样的电动车了。最近大众宣布,将于2022年推出I.D. Buzz概念车的量产车。据悉,这款基于模块化MEB平台打造的车型,其设计就是向大众经典的T1车型致敬。

在这个行业里,会遇到很多人、很多事,与车、与人有关的很多经历值得记下来,付诸笔端……比如甲壳虫,喜欢它的人大都是理性主义者且童心未泯,当经典落幕,唯留下无尽的叹息与回忆。情怀,总是难以道别。