

发亿元级补贴 高库存催动车企价格战

疫情下,祭出线上售车、高管直播、零接触售车等营销手段的车企最终发现,“真金白银”的优惠才是转化订单的良方。3月4日,北京商报记者发现,为刺激销售,部分车企抢先出手开出亿元级补贴。面对超80%的经销商库存预警指数,车企掏钱补贴销售端,不仅是帮经销商,也是在帮自己。



高额补贴促“客转单”

疫情期间,车企的一系列“花式售车”手段走红网络,然而面对订单较低的销售转化率,以及经销商复工后的低进店量,开出高额购车补贴成为车企的撒手锏。

走进一家奇瑞汽车4S店,北京商报记者注意到“免息减压、安心返岗,5亿红包大派送”的醒目宣传语挂在店头。一位销售人员介绍,最近奇瑞针对旗下全新瑞虎8、瑞虎5x HERO、瑞虎3x、艾瑞泽GX冠军版等奇瑞全系指定车型有不同的优惠活动,最高可优惠2万元。

以全新瑞虎8车型为例,在到店购车享受1万元优惠的基础上,如果同品牌置换可再享1万元置换补贴,其他品牌置换则享受5000元补贴。这意味着,进店购买奇瑞瑞虎8车型,最高优惠可达2万元。“如果贷款购车,还能再享受5000元补贴。”该销售人员表示,除上述车型,新上市的瑞虎7虽然没有优惠,但在线上

下订单可享受一些保养、救援还有抢购红包的政策。

不同于奇瑞汽车的到店优惠,作为众多车企中率先开出优惠政策的上汽通用五菱,高达10亿元的补贴政策则是线上线下“通吃”。上汽通用五菱发布信息显示,该活动将对所有新购宝骏车型的车主进行购车补贴,综合优惠达1.1万元。其中,4S店优惠最高1万元。同时,3月31日前,客户线上下单支付9.9元订金可额外抵1000元购车款。

“线上线下都有活动,本次补贴优惠与4S店现有车型优惠政策不冲突,可以叠加享受优惠。”一位上汽通用五菱店销售人员称,不仅燃油车型,新能源车型也适用该活动。

据不完全统计,截至目前,已有包括上汽通用五菱、奇瑞、长城汽车、吉利、长安欧尚在内的多家车企相继推出总额从几亿元至十几亿元不等的补贴政策。从补贴政策来看,企业将补贴金额均分摊至旗下各车型,不同车企的相应补贴和优惠政策也不尽相同,唯一相同的是优惠比例都不低于万元。

线上集客效果不佳

受疫情影响,此前经销商暂时停摆,车企与经销商合力加大线上营销力度,以VR展厅、直播卖车、微信建群等零接触方式开展销售和售后服务业务,欲刺激汽车消费。

数据显示,今年1月经销商线上营销开播占比仅为1%,2月已暴增至49%,用户观看直播时长和渗透均明显提升。不过,如何通过线上营销模式缓解终端销售困境,成为所有车企面临的问题。

为获得更多客源,在车企开启线下“价格战”前,线上抢夺战早已打响。北京商报记者发现,车企线上直播时,几百元至上千元的优惠券、零首付零利率、部分车型送六年或12次免费保养等限时福利频频送出。

然而,订单转化率收效甚微。据统计,仅15%的消费者愿意接受线上购车,85%的消费者仍希望进店购车。“线上毕竟是虚拟的,其中有不少是来看热闹的,围观的多下单的

少,实际效果并不理想。”一位尝试线上直播的合资品牌销售人员表示。

同时,数据显示,在线上销售中,近四成用户咨询最多的问题是价格。基于此,厂商推出升级版政策,将网上的金融福利直接转化为加大现金优惠刺激市场需求:“本次车企推出的9.9元线上下单抵1000元活动,也是希望提升消费者对线上购车的接受程度。”上述上汽通用五菱销售人员表示。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,多家车企开启线上营销等模式,有助车企在现阶段寻找新机遇,不过目前均处尝试阶段,此时加大线下的现金优惠,可以起到线上线下结合销售的作用。

库存纪录下的无奈

事实上,部分车企开出亿元级补贴的背后,是经销商面临的高库存风险。

中国汽车流通协会(以下简称“流通协会”)发布数据显示,今年2月汽车库存预警指

数为81.2%,环比上升29.5%,同比上升27.7%,库存预警指数位于警戒线之上的同时,超80%的预警指数也创下有统计以来的历史新高。

流通协会副秘书长郎学红表示,受疫情影响,今年2月几乎无销量,因此最近两个月计算出的库存系数会出奇的高,对于经销商而言,目前的首要任务是去库存。

高库存也让经销商面临资金链压力。据统计,40%的经销商面临资金压力,其中34%的经销商资金仅能维持3个月,31%的经销商将亏损50万元以上,21%的经销商将亏损百万元以上。“很多客户要等疫情过去后再考虑购车,店里车辆滞压、租房压力、人员支出,每天一睁眼就要面对几十万元的开支。”一位自主品牌经销商负责人坦言,按照以往的经验,加大优惠是去库存效果最明显的手段之一。

“从调查情况看,2月下旬,一部分购车刚需的用户开始进店,希望赶紧购买车辆或置换车辆,而购车需求以相对低价格的车型为主。”郎学红对北京商报记者表示。

北京商报记者注意到,此次率先开启价格补贴的车企以自主品牌为主。对此,业内人士分析认为,自主品牌欲抢占汽车消费反弹的先机。此前,中国汽车工业协会方面认为,虽然疫情在短期内对汽车消费造成较大冲击,但疫情反而增加无车消费者的购车需求,市场之后会出现购车“小高峰”。

据预测,15万元及以下车型需求量将增加,这也是众多自主品牌的主战场。

数据显示,2019年自主品牌在乘用车市场销售总量占比为39.2%。业内人士表示,在豪华和合资品牌价格持续下探影响下,自主品牌市场份额加速“萎缩”。疫情下,自主品牌率先开启价格战,无疑是为了在今年开年占得先机,夺回失去的市场份额。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦



从2小时到10秒 科技企业的战“疫”速度

“核酸检测90分钟出结果、人工智能CT辅助诊疗系统10秒内即可识别炎症感染区域……”疫情延续至今,北京市科技企业各显身手,持续增援防疫期间应急设备。3月4日,北京商报记者来到位于昌平区的中关村生命科学园,并相继拜访北京卓诚惠生生物科技股份有限公司(以下简称“卓诚惠生”)、数坤(北京)网络科技有限公司(以下简称“数坤科技”)的相关负责人,听他们介绍疫情发生至今企业端的研发进展。

检测:90分钟出结果

“1月12日,国家公布了新型冠状病毒的基因组序列后,我们公司的研发人员在不到一周的时间内就开发完成了实验室级别的新冠状病毒核酸检测试剂盒。”卓诚惠生董事长张志强介绍称,现在90分钟内即可出检测结果。

据介绍,该公司研发生产的试剂盒全称为“新型冠状病毒2019-nCoV核酸检测试剂盒(荧光PCR法)”。“目前,我们的试剂盒可实现一次检测覆盖3个靶点基因,优选E基因作为辅助靶点,避免样本发生漏检,提高产品检测准确性;在灵敏度方面,最低检测限达到200拷贝/毫升,可提高病毒载量较低的临床样本的病毒检出率。”张志强说。

在过去的一个多月间,市科委派专员与公司端对接,帮其组织协调国家药监局、北京市药监局和卫健委等相关部门,搭建“5+3”应急科技攻关绿色通道机制,并对接临床医院资源。

当前公司生产的试剂盒产品,在全国各地医疗卫生机构累计使用近40万份。同时,公司向湖北省孝感中心医院、宜昌市人民医院、十堰市人民医院等数十家医院、200余家疾控中心和医疗卫生机构捐赠了价值达680万元的检测试剂和仪器设备。

“鉴于目前疫情在海外多国出现扩散风险,公司有意向15个发展中国家捐赠新冠肺

炎检测试剂盒。”据卓诚惠生合伙人张小军介绍,日前,公司已组织向朝鲜捐赠2000人份试剂盒。近期,已有韩国、伊朗、意大利、美国等多个国家的企业前来咨询,目前还在对接过程中。

诊断:从2小时到10秒

当前,除核酸检测外,另一种临床诊断的有效办法即CT影像检测。“平时,医院每天集中接诊300-500名病人,但疫情暴发以来,需求激增。例如,武汉市中心医院每天接诊病人数量一度达到1000人次。患者每做一次CT成像,后端都会形成三五百张分片,由于后续还涉及分诊、量化、病情转归等环节,对于医护人员而言,工作量非常巨大。”数坤科技首席执行官马春娥说。

因此,数坤科技针对这些临床痛点,研发出了人工智能辅助诊疗系统。据介绍,该系统能够在短时间内实现对新冠肺炎患者CT影像的快速准确识别、评估。

“按照普通方式,每通过CT成像完成一次诊断,都意味着医生要看300-500张分片,最少耗时2-3分钟;但利用人工智能诊疗系统,完成相同的工作量只需要2-3秒。在此期间,系统可通过不同颜色,在10秒内即可勾画出患者肺部炎症感染区域,但对于医生而言,需要至少2-3小时才能大体勾画出炎症区域。”马春娥说。

据了解,目前公司研发出的这套人工智

能辅助诊疗系统除入驻武汉大学人民医院、武汉大学中南医院、武汉市中医院等核心疫区医院外,还通过捐赠形式在雷神山医院部署完成。与此同时,该系统已于北京地坛医院、北京小汤山医院、北京友谊医院、金华市中心医院、郑州大学第一附属医院等全国几十家区域一线医院部署上线。

已立项支持6个应急攻关项目

疫情期间,卓诚惠生和数坤科技也是全市科技类创新企业的缩影。据介绍,在人工智能和新材料等新技术研发方面,除数坤科技外,全市还支持了推想科技、安德医智等企业,推出了一批新冠肺炎AI影像辅助诊断系统和新产品,并已在北京、武汉等多地上线使用。

“疫情发生以来,市科委会同市卫健委、市财政局等相关部门帮助衔接‘政、医、研、产’密集出台‘加强新冠肺炎科技攻关的10条举措’等帮扶措施;同时,建立了‘5+3’应急科技攻关绿色通道机制,在快速诊断试剂、药物筛选等方面已立项支持6个应急攻关项目。”北京市科委副主任郑焕敏表示。

在组织信息领域科技企业应急攻关方面,目前已协调将中电科技集团第十一所、格灵深瞳、旷视科技等企业开发的智能红外检测系统,大批量部署在三站一场、写字楼、商超、产业园等处安装使用。

除协调企业产能转化外,据郑焕敏介绍,北京市帮扶中小微企业的“16条措施”也在同步铺陈。目前已覆盖了全市近500家科技企业孵化器、大学科技园、众创空间等孵化服务机构。比如,鼓励孵化服务机构为入驻的中小微企业减免疫情期间产生的房租费用。

据统计,截至目前,已有93家孵化机构出台减免房租的政策,其中民营孵化器53家,预计减免场地面积79.88万平方米,涉及减免房租的企业5863家,其中科技型中小微企业4883家。北京商报记者 陶凤 刘瀚琳

复产保供销量大增 方便面市场重燃热度

“每天在我们工厂门口排队的卡车有一两公里长。”一位方便企业负责人向北京商报记者表示:“生产出一车产品,就会马上拉走。”作为重要的保障物资,方便面在新冠肺炎疫情期间销量大涨。为了满足社会需求,各方便企业已经提前复工,在保障疫情一线人员供应的同时,通过各种举措保障消费者需求。

近期,受新冠肺炎疫情影响,方便面销量暴增,可谓“一包难求”。数据显示,2月以来,天猫平台方便食品整体销量同比增长700%。其中“方便面”一词搜索量大增200多倍。在京东平台,从除夕到初九,售出了1500万包方便面。2月3日-6日,苏宁小店方便面销量环比猛增了342%;2月10日-13日,方便面销量同比增长357.59%。

在线下,方便面也卖到脱销。唐山一合商贸有限公司总经理于秀伟对北京商报记者表示,疫情袭来,方便食品整体销量大增超3倍,其中方便面销量增长超过2倍,旗下数千家终端店面根本无货可售,供应商的货也抢不到。

为了满足需求,各个主流厂商都在加快生产,复工情况持续好转。据介绍,白象位于河南、河北、山东等多地的生产线也已经陆续恢复生产,总体复工率达到80%。

康师傅相关负责人向北京商报记者表示,康师傅天津顶益工厂、广东江门工厂于1月28日提前复工,重庆工厂产能正在逐步恢复。日前,康师傅东北、华北东、华西北、西北、华东、华南、西南等工厂都已陆续投入生产。

统一方便面工厂于1月底开始复工,目前,其全国的方便面工厂已经全部复工。对于复工后一个月的情况,统一相关负责人表示,今年开工时间都不同程度地受到了影响,不过,通过自身不断地挖掘潜能,已基本达成预期目标。

今麦郎面品有限公司董事长范现国则表示,现在今麦郎15条生产线,每天能够生

产方便面500万包左右,基本满足华北,如石家庄、邢台等周围的县市以及北京等的需求。

在复工复产的同时,各方便企业也做好了疫情防控工作。康师傅将厂区消毒杀菌工作细化到每一个角落。对食堂、员工宿舍、办公室等各环境进行防疫宣传管控。今麦郎线上启动“摄像头、无人机、体温轨迹小程序”,科技防控保障生产安全,同时把好人员厂门口并实行封闭式管理,确保安全生产和人员健康。

不过,原材料供应紧张是目前方便企业遇到的主要问题。“一包方便面涉及到上游蔬菜、食品级塑料、纸箱、调味料、食用油、酱料等十多家企业的原料供应,加之方便面企业和上游配套企业都分布在全国各地,如何确保原料供应是各家企业的主要工作。”一位业内人士向北京商报记者表示:“随着复工深入,各家上游企业人员逐渐到岗,方便面企业的原料供应也将逐渐恢复。”

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,中国方便面行业再次被疫情彻底激活。“方便面行业曾经非常辉煌,但由于自身创新未能跟上消费升级,导致方便面行业连续下滑,随着企业不断提升创新能力,2018年,中国方便面行业开始复苏,但相对缓慢,此次疫情让更多曾经不再关注方便面的消费者重新认识了方便面。”

数据显示,2013年,中国方便面总销量近500亿包,达到销量最高峰,自此以后,方便面销量持续下滑;2016年,下滑至385亿包,2018年,中国方便面行业开始复苏;2019年上半年,中国方便面市场销售额同比增加7.5%,整体销量同比增长1.4%。

不过,战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊认为,方便面此次热销是突发事件导致,恐难以持续。方便面未来仍将保持低迷状态。

北京商报记者 李振兴