

京城车市弱势经销商倒闭 实力经销商集团扩张

# 销量骤减刺激渠道整合加速

商报记者 蓝朝晖 王万利/文 田艺/漫画

越来越多的竞争对手、有限的市场份额、限牌政策的实施将京城车市的竞争直接推到白热化,而那些实力较弱的经销商更是陷入了空前的困境。上半年的惨淡经营,下半年仍看不到希望,倒闭或被重组,是京城很多弱势经销商正在面临的难题。

日前,在车市半年信息发布会上,市场人士和专家们普遍表示,在销量骤减的刺激下,京城车市提前进入新的调整期,市场渠道整合速度加快。如果没有非常大的利好政策出台,从今年下半年开始,汽车集团和实力经销商并购弱势经销商的现象将越来越明显。

## 经销商集中度将更高

据统计,目前北京市场共有570余家4S店,其中几乎一半已被汽车集团和实力经销商所掌握。业内人士预测,实力的大集团并购弱势经销商是行业发展的趋势,可能只需一两年,北京市场的经销商就会缩减到500家以内,向集中度更高的方向发展。

按照中国汽车流通协会副秘书长罗磊的说法,经销商集团由于多品牌、多店经营,在区域营销上可以形成互补,资金流动上也更加充裕,缺乏资金实力的经销商很难与之抗衡。

北京祥龙博瑞汽车集团相关负责人告诉记者,目前该公司在北京有33家4S店,根据品牌不同,投资少则上千万元,多则过亿元,这其中还不包括流动资金。其雄厚的经济实力由此可见一斑。

而再看当前京城弱势品牌经销商,一无资金、二无销量、三无售后的现象普遍存在。“如果现在出手转让或关店还能回笼点资金,到年底前等资金链断裂,就只剩下被人宰割收购的份了。”一家自主品牌4S店的老总坦言,面对今年的市场状况,眼下有此想法的经销商已不在少数,或许不久后提前为4S店经营寻求后路的经销商就会集体涌现。

罗磊认为,经销商的发展离不开流动资金,一旦出现资金链断裂,将面临倒闭的风险,而这也是单一品牌4S店最大的弱势所在。而且,不只按照必然规律发展的市场在挤压单品牌弱势经销商,各大汽车厂商也在主动进行销售渠道的调整。

种种迹象表明,在北京市场的4S店中,自主品牌经销商很可能成为第一批被压缩的主角。记者了解到,目前各自主品牌厂商纷纷开始压缩北京市场的经销商数量,调整北京

市场的网络布局。像长城、海马、奇瑞、吉利等品牌,已经陆续开始做出调整。

有消息称,多数自主品牌车企都有意将北京的经销商数量压缩至个位数,重点保障实力经销商的经营正常运转。“在目前的调整中,除了减少4S店的数量外,更重要的是进行渠道整合,将弱小的4S店并入实力经销商范围内,提升实力经销商的市场份额,增强竞争力。”罗磊表示,在厂家的干预下,一部分弱势经销商将在洗牌中被淘汰或重组。

不过,罗磊也指出,这些弱势经销商易主后,对京城车市将起到一定的规范作用,让市场变得更加有序。

## 半数经销商维持经营

其实在京城车市的经销商中,很多家日子一直不太好过,再遇到今年车市的爆冷,窘态自然就表现得更明显。“今年上半年有30%的经销商亏损,有50%的经销商经营处于维

持听。他认为,在经历了上半年的适应期和调整之后,北京经销商中的强弱之分将会逐渐显现出来,一些单品牌、单店经销商很难继续生存,北京市场的4S店很快会出现1/3赢利、1/3维持、1/3亏损的局面。

事实也果真如此,亚市统计数据显示,今年上半年北京市场累计交易新车15.42万辆,比去年同期的37.84万辆减少了22.42万辆,同比下降了59.2%。“从目前的形势上判断,今年北京车市将很难实现年初预测的40万辆的销售目标,这种新车增量资源萎缩及竞争形势的恶劣,将让北京的经销商面临更严峻的生存局面。”颜景辉说。

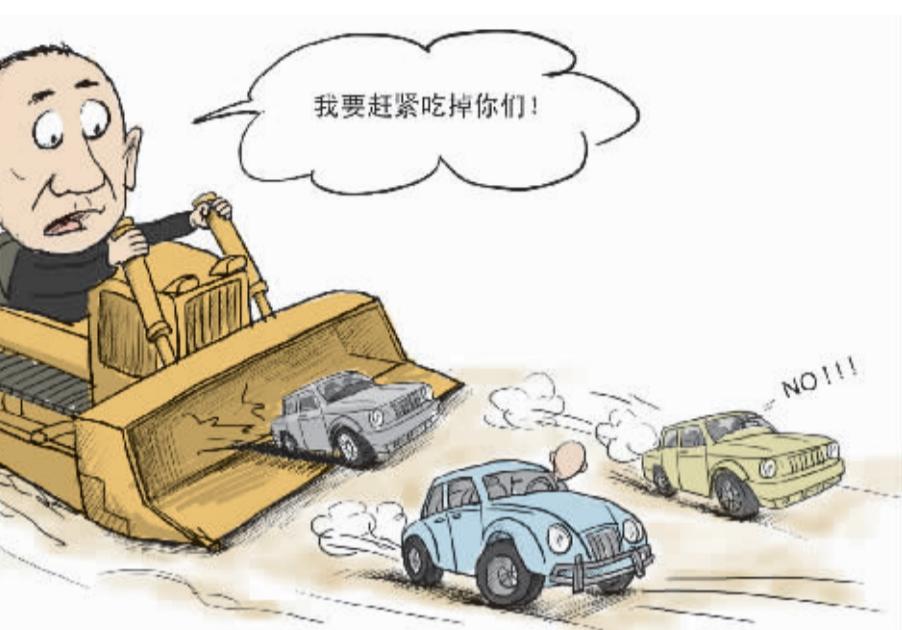
“今年一季度主流品

牌厂家大多没有对经销商下达指令性任务指标,但在二季度也开始陆续量化销售任务,这使得经销商的库存有所增加。不过总的来看,今年上半年京城经销商总体库存压力不大,库存正常率达到60%。但销售不畅,却使得经销商的运营及资金压力加剧。”颜景辉分析,

从去年盈利到今年亏损,对资金有巨大需求的汽车经销商而言,如果下半年依然没有改观,退网或者找新的投资人重组,则是生存下去的惟一途径。

## 实力经销商抄底开始

弱势经销商生存难



以为继,对那些有实力的经销商,特别是经销商集团来说,却是收购的好机会。上月底,北京诚信达销售公司率先宣布,收购奇瑞瑞麒经销商国兴盛合汽车公司。据悉,诚信达已通过新建、重组在北京拥有了7家4S店,成为北京唯一一家奇瑞全品牌系列经销商。

诚信达董事长王长谦告诉记者,通过收购国兴盛合,诚信达不仅实现了奇瑞的全品牌经营,同时也完成了北京市场的布局,弥补了北京东部地区服务和销售的空白。

罗磊认为,随着资金实力悬殊加大,京城经销商已经出现了重新整合的趋势,优势经销商将会慢慢兼并实力不足的弱势经销商。

虽然从目前来看,京城经销商退网、兼并重组的案例仍是少数,但记者采访多位经销商集团老总后发现,各大经销商集团均已做好了在年底时抄底的准备。

此前,有消息称,各大汽车集团以及实力经销商纷纷谋划在京城的渠道整合,以扩大自己的势力范围。大连中升控股已经宣布扩张规模调高7%,有意将4S店扩张四成,增至140家,其中多数将集中在华北、东北地区。而国内最大的经销商庞大汽贸,也有意在北京收购多家4S店,以实现扩网计划。

新华信副总经理郎学红告诉记者,其实从去年年底开始,汽车销售渠道领域的整合迹象已经表现得很明显,部分经销商集团已经提前开始布局。记者采访中也发现,

目前在京城实力经销商中,像祥龙博瑞集团就已经开始计划在北京4个方位布局,建立自己的汽车园区,并考虑收购园区周边的4S店,补充自己的品牌实力。

一家合资品牌经销商负责人向记者透露,部

分经销商在维持经营的背后,同时也在观察车市走向,“形势一旦不好,很可能提前进行转让或重组,以缓解资金压力”。该负责人说,这部分急于转让出手的4S店恰恰是实力经销商集团收购的目标。

## 商报链接

### 北京汽车市场新格局将出现

京城汽车市场洗牌迹象日渐清晰,但市场格局仍未明朗。专家指出,在实力经销商参与下,一部分经销商会被淘汰出局,部分4S店投资人发生变化,品牌格局也将产生裂变。

2010年以来,北京已有不少独立投资的4S店易主。今年市场低迷的情况下,部分难以为继的4S店也将被收购或重组。“除了集团经销商旗下的4S店外,多数单店的经销商已被不断涌入的外来资本掩盖了。很多4S店即使名称及经营的品牌没有改变,但幕后的投资人早已更换了好几茬。”罗磊告诉记者,在市场低迷之下,不少经销商早已给自己找好了出路。

值得关注的是,北京市场容量的变化,让汽车品牌的格局有了新改变。亚市调查显示,今年上半年北京车市进口车商日子要比国产车商好过很多;中高档车商经营则远好于低端车商;合资品牌经销商好于自主品牌经销商。这些新变化,让新一轮的市场洗牌有了方向。

“过去4S店经营不下去,多是转让或重组继续经营该品牌,但是现在很可能会出现资产重组后,转投其他品牌经营的格局。”颜景辉认为,经销商集团的收购目标将有所转变,不再是盲目收购经营,而是将向中高端品牌转移。

记者调查发现,按照各大经销商集团的规划,在下一步的网络扩张中,收购的重点将放在高档及豪华品牌上,增加其在中高端细分市场所占的份额。

郎学红表示,发展北京市场,主要看车企如何进行差异化的区域定位,看各家需要占领北京市场多大的份额。而经销商们则会根据自身市场份额目标,发展与这个份额相匹配的渠道网点数量,包括收购和改造一些店面,做更适合自己的品牌。