

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第827期 | 2020年7月2日 星期四 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

“非常时期”经销商奋力脱困

受疫情与车市原本低迷的双重影响,身处汽车交易最前端的汽车经销商们正面临“生死劫”。在这段“非常时期”,诸多汽车经销商盈利能力下降,市场竞争加剧,区域经营恶化。如何走出这种危局,是对经销商们能力的一次艰巨考验。

“淘汰”全面开启

日前相关机构披露的数据显示:自2020年1月至2020年5月,全国共有28省市的1345家汽车经销商登记注销。人们不禁对这一数字感到震惊,纷纷将4S店淘汰的原因归结为“非常时期”疫情所带来的不利影响。其实,汽车经销商的淘汰赛早已开启。全国将近3万家经销商,再加上至少40余万家综合汽贸与个人汽

车经纪人,市场规模已经严重过剩。“五年内至少一万家4S店淘汰”的论调不绝于耳,零售端牵头下各个环节的利润仍不断走低。CADA数据显示,2018全年,参与统计的经销商中39.3%亏损、27.1%营收持平、仅有33.6%的4S店可以实现盈利。经销商新车平均销量1376台;平均收入1.63亿;平均毛利率仅为0.4%。

进入2019年后,经销商亏损面扩大至41%,完成全年销售目标的占比仅28.9%,另有7.4%的经销商目标完成率在50%以下,平均毛利率出现负值,为-0.01%。新车毛利率进一步下降,导致出现“越卖越亏”的情形,绝大多数都是举债度日。从卖车不赚钱,到多卖多赔钱,再到如今的开店都赔钱,真实的数字直观反应了

淘汰赛的残酷与无情。

挑战4S模式

从1998年开始,4S店模式在中国汽车销售服务领域生根开花。然而近年来,退网、注销、转网、合并的经销企业不断出现,去年至少有350家。传统4S体系的经营者普遍面临困境:以现有产业模型,无法完成向“服务输出”型模式的转化,主要矛盾来源于外部压力与内部因素。

外部压力是一些主机厂将压力向下释放,通过各种形式,变相或强制经销商订车,导致库存居高不下。尤其在经历重大集体性事件后,库存压力更是将经销企业的资金链“逼向绝路”。即使今年4、5月销量有所回升,但经销商库存预警指数

仍处荣枯线以上。

内部压力是传统4S店过分依托于重资产商业模式建立,成本压力大,抗风险能力低下,一旦发生重大资金、产品问题,都会导致不可逆的溃败。另外,近年来用户对4S店的排斥,完全是因为4S店价格高昂的配件和售后维保费用,直接导致4S店对客户粘性大大降低;此外,门店饱和也注定了经销商加速淘汰成为必然。

转型刻不容缓

传统4S模式危局已成共识,经销商经营转型刻不容缓。不过,处于不同发展阶段的企业,转型方向也应各有侧重。有识之士指出,对单一4S店模型,需通过数字化经营,摆脱

业财分离的单门店系统,逐步转向涵盖多门店、多业态的业财一体化。对处于多品牌授权4S店,应加快向综合经营体模式转型,将业务盈利点从新车销售拓宽至客户全生命周期;对于已经实现综合经营体模式的经销商,应实现从粗放式向精细化管理升级,做好服务,留住客户,就不愁没有生存之本。

与此同时,以“新零售”概念为核心的“2S+2S”模式已成车企新选择。一是在城市的中心区域商场体验中心,不仅可以大幅降低建店投入成本,同时起到“区域核心”辐射作用。二是让主机厂同社会维修企业展开合作,设备、场地仅需较低改造费用,最大限度分配维修资源。此外,今年正处疫情“非常时期”,包括在线展厅、VR看车,到云试驾、直播带货在内的线上销售模式得以施展,成为购车互动的渠道,让数字化营销拥有了更多可能。

雍君



空间超大吸睛 吉利豪越有备而来

吉利汽车首款中型SUV豪越上周正式上市。新车搭载1.8T发动机,提供5座、7座两种规格,此次共推出3款车型,官方指导价为10.36万-13.96万元。超大空间是豪越的一大优

势。新车长4835mm,轴距为2815mm。得益于发动机后倾、下潜式座椅、拱桥式顶棚、油箱扁平化等设计,其后排座椅放倒后,纵深空间长达2.2m,后备箱装载空间可拓展至2360L。为打造大而美的品质座

舱,豪越采用领航电子挡杆、贯穿式中控设计、无限引力设计元素的空调出风口、3D科技纹饰板等科技精工内饰,配备同级独有的平视领航系统和法雷奥矩阵式LED大灯。其搭载的吉利最新GKUI吉客智能生态系

统,具备智能语音交互、AI智能识别、秒懂指令功能,可在60多种使用场景中实现多达214种的人机交互命令。

豪越搭载吉利第三代1.8TD发动机,最大功率135kW,最大扭矩300N.m,匹配7速双离合变速箱。新车5.3米的最小转弯半径,带来媲美小型SUV的灵活驾控体验。姚琼

新宝骏发布迷你“科幻座驾”

新宝骏首款新能源纯电动汽车E300、E300Plus日前发布上市,售价6.48万-8.48万元。凭借科幻的外观、领先的智能、人性的互联、环保的内饰、无忧的电能、全方位的安全及全新的出行生态,这款电动小车堪称科幻座驾。

三座的E300与四座的E300Plus最直观的差异化来自于车身尺寸与轴距,实现差异化配置。新车全系标配新宝骏手机车联网,实现AI人工智能语音交互、大数据实时路况导航、驾控语音

微信、手机APP远程控制车辆、车家互联等便捷的网联功能。

此外,两车均为后置后驱,最高时速100km/h,续航里程

程为305km,完全满足城市日常通勤需求。新车还支持反向充电,在小型电动车领域十分鲜见。宝龙



长安汽车高端产品“UNI”首款新车UNI-T日前上市,共推出豪华型、尊贵型、旗舰型3款车型,售价11.39万-13.39万元。

长安UNI-T的外形极具未来科幻感,设计大胆前卫,在智能方面更是实力派。从梧桐车联TINNOVE智能系统下的多场景语音交互控制,到车辆远程控制系统,再到遥控代客泊车,以及未来可期的L3级自动驾驶技术,UNI-T的智能科技配置,为用户带来更高级别的智慧行车体验。江美

实力升级仍可轻松拥有

长马次世代昂克赛拉蓄能美好生活



现了更为线性流畅的动力输出,令各种场景的驾驶体验都能酣畅淋漓,人车无间。

除此之外,它还搭载了马自达全新世代创驰蓝天车辆构造技术,在静音质感、操控质感领域全面超越同级竞品车型。其车身大量采用了减振树脂模块工艺,降低车身震动传导到车内的力度,车身独特的“双壁”结构显著提升隔音效果。在应对路噪方面,次世代MAZDA3昂克赛拉优化了轮胎纵向弹簧的柔性,提高了冲击入口处的刚性,实现更优良的减振效果。

乘坐舒适度上,在SKY-VA技术平台下,马自达工程师致力于让驾驶者感觉开车就像在用自己的脚在奔跑一般,换句话说,让驾驶者忘记汽车的存在而下意识地行驶。它采用了理想驾姿人体工学座椅,以及力传导顺畅无延迟的悬架与车身结构的组合,让轮胎、悬挂、车身、座椅,成为一个有机的整体。次世代MAZDA3昂克赛拉极富包裹感的座椅设计能够让驾驶者一直保持骨盆直立、自然使用四肢的状态,而通过创新的SEB蝶形仿生后悬和高刚性的车身设计,使车辆可以像人的脚一样稳固地承受来自路面的作用力,并能和缓的传导,达到终极版的“人马一体”的境界。王京

2020年正值马自达品牌成立一百周年,其主力车型MAZDA3车系销量超越100万辆。在此双喜临门之际,长安马自达强势出击,旗下次世代MAZDA3昂克赛拉车型谱系实力升级,全面焕新,新增1.5L AT质悦天窗版,售价12.99万;2.0L AT质尚版升级为质炫版,售价13.99万元,两款全新车型现已上市到店。与此同时,长安马自达为购车用户推出私人定制弹性金融贷款购车方案,畅享24期0利率,日供最低49元起。

长安马自达此次对次世代MAZDA3昂克赛拉的实力升级可谓诚意满满。以2.0L AT质尚版升级为质炫版为例,其售价仍为13.99万元,但新车型配备了真皮方向盘、矩阵式外进气格栅、真皮换挡杆把手、精致镀铬内饰、外后视镜电动折叠加热、遥控钥匙、激光雕刻中控台饰板、智能无钥匙进入系统、双区独立自动

恒温空调等,以超越同级的豪华配置为用户蓄能美好生活。去年上市的次世代MAZDA3昂克赛拉,凭借以全面革新的“以人为本”造车理念再次超越自我,实现了更高层次的“人马一体”,上市后月销量轻松破万,并斩获2020年度中国年度车、2020年度世界年度设计车、2020年度世界年度车等多项重量级大奖,再次成为车界炙手可热的明星车型,展现了其作为一款畅销全球超过半个世纪的经典车型的新生魅力,以及马自达品牌百年来在研发、设计领域的深厚积淀。

次世代MAZDA3昂克赛拉的超越在于动力系统的升级,它搭载了升级版创驰蓝天高压直喷汽油直喷发动机SKYACTIV-G,全系对应全新G6排放标准的同时,通过全新凹顶活塞设计、燃料精混三段式高压直喷技术、分层燃烧控制技术等多项技术革新,实

性能使燃 讴歌CDX焕新上市

广汽Acura专为年轻一族打造的新锐座驾中改款CDX近日上市。中国首发A-Spec运动款车型和全新“挚热焰红”外观配色。全新登场的CDX此次推出汽油版、混动版两套动力总成8个版本,售价22.98万-34.98万元。

面对当下豪华SUV市场竞争激烈的竞争,广汽Acura领先布局新生代市场,在中国市场首次推出A-Spec运动款,不但完美承袭了CDX现款车型精钻外观设计的家族运动基因,更通过进气格栅、保险杠、轮毂、车铭牌等专属设计

元素,增加外观的冲击力和运动感。在内饰方面,新增曜夜黑与锐动红配色,充满动感、时尚、个性魅力。而中国首发的“挚热焰红”车色,以惊艳明丽的红色光泽,释放内心能量,为新车注入了不羁的挚热灵魂。林夏