

南京汽车消费现状调查 (上)

在南京既有开1200万元劳斯莱斯的车主,也有开两三万元的奇瑞QQ,那么,南京的汽车消费在全国究竟居于什么水准?南京的汽车市场在全国汽车厂家眼里处于什么地位?南京人汽车消费又究竟有什么特点?就在快报五一车展开幕前夕,记者先分别将在经济型车、中高级车,以及豪华车的经销商、车主那里看到的现象,以及调查中的对话罗列出来,然后再与读者一起分析现象产生的原因,并共同探讨南京汽车市场如何“上位”;南京人的汽车消费包括汽车社会、汽车文化如何与江苏的经济发展相适应等问题。



据本报掌握的可靠数据显示,截至2011年12月底,南京市机动车拥有量已达140.15万辆,其中个人汽车拥有79.63万辆。本次汽车消费现状调查将侧重于从这近80万辆私家车的经济型车、中高级车、豪华车三大细分市场各自消费现状着手,为全国汽车厂家、南京汽车经销商,尤其是为南京的汽车消费人群,提供一个相对准确的南京汽车消费现状以供卖车和买车参考,本周先从经济型车市场说起——

自2011年初起,虽然受经济大环境的影响,南京经济型车市场份额有所下滑,但其绝对销量依然巨大。有数据显示,2011年南京2.0L及以上的大排量豪华轿车销售量占全市整车零售的40%左右,而小排量及中等排量经济型轿车销量占整车销量的60%左右。经济型轿车仍是广大南京市民的首选。进入2012年,这种消费比例也并没有太大变化。

合资当道,自主堪忧在车型选择上,合资品牌依然备受消费者的追捧。以今年3月份轿车销量为例,前10位轿车中经济型轿车就占有9位。曾经一枝独秀的比亚迪F3已经被科鲁兹、新赛欧、瑞纳和K2等车型取而代之。在位于江宁汽车4S园中的雪佛兰雪莱店里,记者看到尽管是工作日,前来看车、选车的市民依然不少。该店销售顾问王磊说:“店里销量最好的仍然是三厢赛欧,月销在60台以上。科鲁兹的月销量也能保证50台。同样是在江宁汽车园内的东风悦达起亚金能店里,销售顾问陶世东称K2三厢和新上市的K2两厢车已经成为上门看车的重点。K2三厢一直卖得很好,月销都在50台以上。但同样也是在江宁4S汽车园中,我们发现不少自主品牌的4S店门可罗雀。当我们走进某奇瑞4S店,销售人员十分热情地迎上前,知道我们的身份后,则忍不住大倒苦水。他说该店建店一年以来,月销量不足10台,经营基本处在亏损状况。客观地说江宁汽车4S园由于开园时间短,还未达到应有的人气,但这种车型消费分配却基本上可以透出南京人目前的汽车消费选择现状。

“政策车市”优势不再在调查中有经销商说,2009年和2010

年,在购置税优惠政策利好因素影响下,经济型轿车市场有过相当不错的市场表现。自主品牌市场份额在那两年间还有所提升,但2011年以来,由于优惠和补贴政策的取消,自主品牌经济型轿车便开始出现份额萎缩。经济型车市场有了两个方面的转变,一方面是自主品牌的溢价能力有待提升,还有另一方面就是合资品牌越来越看重经济型轿车市场。比如合资品牌价格上的下探就直接挤压自主品牌的市场占有率。以往自主品牌所倚重的价格优势不再,集合了性价比、技术、网络及产能等综合优势的高品质经济型车将成为发展趋势。

同时我们在调查中也发现,目前经济型车消费者更加理性,还是在雪佛兰雪莱店里,前来购车的孙先生看中了一辆冰海蓝色的科鲁兹。他说选择科鲁兹的原因不仅是外形,无意间看到一个关于科鲁兹的碰撞视频也坚定了购买决心。从事设计工作的翟小姐则对K2情有独钟,她说:“我对车型的外观一向比较挑剔,目前市面上的三厢车轿,要么车身过短,要么比例不协调,而K2却让我一见钟情,车身设计简洁时尚且充满活力。特别是东风悦达起亚5年或10万公里整车质保,在这样的小型车中很少见,花同样的钱,又能有这样长的时间,所以就选择它了。”

偏爱“技术经济流”在调查

中记者还发现,尽管影响购买行为的因素很多,但南京汽车消费者明显更加钟爱“技术流”,特别是一些首次购车的年轻消费者。在针对德系、美系、日系、韩系以及自主品牌多家4S店进行的消费者店堂访问中,明显感觉,南京消费者对于动力技术成熟和安全标准严格的德系、美系车有偏爱。“安全”、“操控”、“经济性”等成为多数首次购车者选择德系、美系车的理由。应该说这与德系、美系车在安全方面的宣传优势相关。一位为了买车,而做足了功课的准车主说,他查了相关资料:“就汽车安全性能看,根据2011年已经发布的第三批C-NCAP安全碰撞结果,在获得5星安全碰撞评级的17个车型中,美系和德系品牌车型也占了多数。”显然这些技术上的优势,在市场上已经或正在转化为吸引消费者的卖点。同样日、韩、法系在这方面有自己的优势,比如款式、配置、节油,更包括有着价格优势。这就是南京经济型车市场的总体现状,不是太注重产地,只要价格能承受,款式、配置、服务好又好就买,人们的消费理念挺成熟且包容,但车型档次的选择与北京、浙江、广东,特别是像内蒙古鄂尔多斯那样城市的汽车消费追求则都有很大区别,似乎更务实和中庸。[下周请看“南京汽车消费现状调查(中)”] 张思远 文/图



车展参展车,展后将如何处理



“快报五一车展”将于4月29日至5月2日举行,两年一届的北京车展也将于4月23日开幕。于是就有细心的人提出,那些参加展览的车会不会当场销售?参展后会不会打折销售?更担心那些在车展期间参与试驾的车,会不会日后经过小动手脚原价卖给消费者?

其实从记者了解的情况看,各种展车包括试驾由于种类不同,处理方式也不同。

比如像参加北京车展的概念车,肯定要运回,为今后参加其它车展,而一直放在厂商总部。

对于有特殊意义的车,比如老爷车和比赛用车,还会继续它们的使命,放进博物馆或继续去参加比赛。

而像参加“快报车展”的新推车型,有些原本是经销商所有,所以经销商会自行解决,一般来讲做试驾车的比较多,也有做展厅展车用的,但不一定会卖掉。因为通常这样的车市面上还很少呢。

对于一些市场主力车型,可能会卖掉,但降价的尺度会不等。

至于试驾却与展览用车不同,试车活动的车情况特殊,有些厂

商会专门准备一部分试驾,给媒体或准备买车的准车主试驾用。还有些厂商手上的试驾,则会拿出来向经销商拍卖,价高者得,当然会比新车便宜些,但也要根据磨损情况而定。通常能到8.5折的情况都很少。也就是说,到消费者手里,更便宜不了多少。而把试驾,甚至是在试驾过程中受损车辆动过手脚后,再按原车价卖,那就是个案了。如果消费者遇到这种情况,可以拨打96060快报汽车消费投诉热线:“车主,谁敢坑你,我们就‘坑’谁。” 思远