



2014年汽车电商“双十一”大战在即，汽车电商再次成为热门话题。首先是汽车品牌纷纷登陆各类电商平台，拿出参加车展的架势，准备大卖特卖；其次是汽车垂直网站经过去年“双十一”的历练，已经总结经验、调整思路，今年也准备大干一场。对此，处在汽车销售最前沿的4S店位置尴尬，一方面希望借助这股东风，为日渐艰难的汽车销售破局，进一步增加销量；另一方面又担心电商渠道做大，颠覆4S店的传统销售模式。汽车电商和4S店拉锯的结果可能是走向合作共赢，O2O模式(Online To Offline)正在引入到汽车领域。

现代快报记者 李宇欣

## 电商平台高调卖车，4S店维修保养无法取代 汽车将迎来O2O新时代

■被采访人：  
东风标致江苏金能店总经理 陈陆  
奇瑞汽车南京业彩店总经理 梁致宁

### 南京是东标的风向标

梁致宁观点：瑞虎已在SUV市场打下一片江山，接下来主要是发力轿车市场。

9月全国瑞虎3同比增长150%，创下单月销量新纪录。和全国的销售情况一样，业彩店也是瑞虎3、瑞虎5卖得最好。

近两年奇瑞在集中精力进行产品线的调整，之前一些市场知名的车型重新整合，SUV大幅增长的同时，轿车的销量没有跟上。按照厂家的规划，在瑞虎系列车型占领市场后，接下来就要大力发展轿车，下个月艾瑞泽3将上市，这是我们一款非常有竞争力的产品。同时，奇瑞还将在下个月发布一款新能源车EQ。

陈陆观点：南京的销售情况已经成为东风标致的风向标。

南京是一个南北交汇的城市，包容性很强，这里是很多汽车品牌进行销售试水的地方，东风标致能在这个城市做到市场占有率全国第二实属不易。所以东风标致对南京市场尤为重视，南京已成为东标在全国市场的风向标。



### 汽车电商将最终走向O2O

陈陆观点：汽车电商更多是概念炒作，预计5年内汽车电商不会有大作为，未来汽车后市场的分工会更加细化。

汽车电商现在遇到的问题，表面上看似乎仅仅只是提车、维修保养，好像解决了这些问题，汽车电商就能一帆风顺。实则不然，目前的汽车消费已经非常简单粗暴，每一个细分市场都有好几款竞品，除了看品牌、质量，最直接就是杀价格。如果汽车电商真的在价格上对4S店形成巨大冲击，那现有的经销商就会变利用为反击，提高汽车电商在物流、提车方面的成本。

从长远来看，也许4S店销售模式已

经落后，4S店大规模扩张后存在过剩可能，但是汽车作为耐用消费品，定期保养和不定期维修是客观存在的，这一点汽车电商永远无法取代，只是未来汽车后市场的分工会更加细化。

梁致宁观点：电商和4S店不是相互竞争，而是互相依靠，最终走向O2O。

汽车消费必须要落地，这已经是业内共识，因为除了维修保养服务，他还有两个绕不过去的坎儿：一是汽车购买需要交购置税，这个税必须在上牌地点交；二是汽车上牌政策各地不一样。换个角度看，其实汽车领域是最有O2O土壤的，线上线下均有各自的优势，且短期内无法互相取代。

### 杰德新增两款车型



JADE(杰德)上市一周年之际，东风本田新增两款五座版本车型：EXi 5AT舒适精英版和VTi CVT豪华版，并于9月19日在南京正式发布，两款车型的指导价为15.78万元和16.58万元。

JADE(杰德)EXi 5AT舒适精英版在EXi 5AT舒适版的基础上增加了诸如电动天窗、一键启动、VSA、HAS等多项智能高科技配置，先进的科技配置将为驾乘者带来更加便捷智能的汽车生活。而VTi CVT豪华版则丰富了VTi车型配置，为消费者带来了更多实用的选择。

### 首届协众集团车展开幕

日前，协众汽车集团在河西万达广场举办“同舟共济 凝聚共赢”暨第一届协众汽车集团联合车展开幕式活动，协众旗下7家4S店携众多车型参展。

南京协众汽车集团是家专业汽车代理公司，公司主要从事各汽车品牌的4S服务。目前旗下拥有宝马、雷克萨斯、一汽-大众、广汽丰田、北京汽车五大汽车品牌。自2002年8月实现销售以来，业绩一直位居同行的前列。销售服务及维修团队，都有着多年的汽车行业经验，对汽车销售、保险、维修十分精通，在业界具有良好的口碑。

**海马S5**  
新智驱 SUV

真正的都市新玩家，从不会停下向前的脚步。  
海马S5新智驱SUV，1.5T强悍动力搭配高效CVT自动变速器，瞬间唤醒青春自由天性；一路劲驰到底！360°智能驾驶辅助系统，时刻尽享智趣驾乘体验；智能一键启动，微指一触即发；新C-NCAP五星安全评价，全面可靠的安防守护，让青春前行的每一步都更自信。

海马S5 T在·更自在。



Haoma  
海马汽车

hk.haima.com/s5 服务咨询热线：400-110-0006 经销商加盟咨询热线：0371-67380563

