



“关注车市官方降价”系列报道之二

汽车金融带来新商机

对于经销商来说,传统的新车销售部分已经越来越难赚钱,而售后部分又不能任意提价,提升零整比。提升金融渗透率不失为经销商转型的解决之道。今年随着车市新常态的到来,车企“抢贷”的战火已经延伸至各个细分市场,同时,汽车金融也给经销商带来了新的商机。 现代快报记者 张曦 倪泳

车企忙着“抢贷”

日前,一汽大众奥迪针对300万辆的客户答谢活动,在A3、A4、A6、Q3等重点车型上推出了金融专案。奥迪的金融专案包括了缓冲信贷产品、阶梯信贷产品、低利率产品、信用卡产品、弹性尾款产品等一系列金融产品,最低首付低至约20%。记者发现,除了信用卡产品外,奥迪丰富多样的金融产品,几乎都是由一汽金融、大众金融提供服务,且给出了非常优惠的利息。

北京现代则针对ix25车型制定了优惠的金融贷款政策。首付30%,最多可以贷3年。第一年,贷

款利息4个点,第二年贷款利息8个点,第三年贷款利息12个点。目前全系贷款利息优惠力度最大的则是索纳塔9,只要首付20%即可,而且可以享受3年免息,对于买车人的办理条件也不苛刻,只要凭银行的流水账单和社保证明等即可。

据了解,车企“抢贷”的战火已经延伸至各个细分市场和各个品牌车型。除了较早推出金融业务的上汽通用汽车金融、大众汽车金融、福特汽车金融外,很多合资和自主品牌都在陆续推出和开展自己的汽车金融业务。



漫画 俞晓翔

大众购车理念改变

车贷正在受到大众观念改变的影响。现在,很多买车人即便可以全款买车,也还是会选择通过贷款的方式,合理安排流动资金,提高资金运用的效率。而股市的火爆,更加推升了贷款买车的热情。

“高端车主贷款是为投资理财!”捷豹路虎南京中捷店总经理严俊表示,买捷豹路虎的客户以私营业主、公司管理者居多,他们有自己的理财投资渠道,而通过汽车信贷,可以帮助他节省财务成本。比如贷出80万,这个钱可以存

银行拿利息,也可以做别的投资。

而随着国产化深入,不少豪华车品牌在拉低购车门槛的同时,也促成金融贷款的热潮。以奥迪Q3为例,Q3以进口车引进国内时月销量不过几百台,国产化后月销量都在几千台,受众群成倍增长。

一汽大众奥迪南区一位人士介绍,随着豪华车门槛降低,原先在A、B级车已成常态的按揭购买,也开始在豪华车中普及开来。很多普通家庭,原先可能选择B级车,现在可通过贷款,买入门级豪车。

车贷给4S店带来新商机

据了解,从目前经销商的金融渗透率来说,个体差异特别大。做得好的能做到60%,差的30%都不到。而厂家的车贷政策,也为经销商带来了新商机。

业内人士介绍,金融专案只是厂家给到经销商的优惠政策,经销商再给到客户的时候,变通方法很多。实际上,经销商可通过赚差价的方式获利。比如裸车让12个点,而金融贷款则让10个点,其中2个点的利润经销商自己就赚到了。而针对厂家的优惠贷款利率,经销商则可以根据客户情况自行调节。

为了分一杯羹,大型汽车经销商集团都在跃跃欲试,成立自己的金融机构。正通汽车日前就与东风汽车联手成立金融机构,成为首家经中国银行业监督管理委员会批准成立的具有经销商集团背景的汽车金融公司。

“未来金融渗透率将分出经销商的高低!”业内人士分析,全球汽车金融的平均渗透率已达70%,国内渗透率提升空间巨大。同时,现在经销商通过贷款买车的人逐年增加,未来将成为一个庞大用户群,衍生盈利模式也会越来越多。

越级标准制造 一汽-大众迈腾重塑B级车格局

论公商务车市场王者,非一汽-大众莫属,低调奢华的奥迪,高端科技的迈腾,均为各自所在细分市场的标杆。其中,迈腾以德系血统的出身、越级配置,以及领先工艺和优良基因打造的高品质,备受社会各界商务人士推崇。自2007年上市以来的8年间,迈腾车型经久不衰,赢得了良好口碑,占据了领导者地位。在即将迎来8周岁生日之际,迈腾产销将突破1000000辆,创造德系B级车销售破百万用时最短的纪录。

强势! 持续领跑B级车市场

近年来,B级车市场风起云涌,竞争日趋激烈。面对众多竞争对手围攻,作为德系B级车代表的迈腾,始终保持着领导者地位。数据显示,2014年迈腾全年销量超20万辆,再创历史新高,细分市场占有率达14.3%。今年1-4月,迈腾持续发力,销量超过6万辆,继续领跑B级车市场。

作为一汽-大众品牌首款B级车,自2007年德国大众第六代B级车以“迈腾”之名在国内上市后,迅速成为“创新”“科技”“高品质”的代名词。一直以来,迈腾始终保持强大的市场号召力,销量更稳居细分市场第一阵营。

2011年,德国大众第七代B级车的引进,使得迈腾以“重新定义B级车标准”的产品力,再次点燃市场热情,无论是对新技术的采用还是

豪华程度,都提升至细分市场前所未有的高度,并更加注重驾乘者的豪华体验。

而面对竞争对手的步步紧逼,迈腾将进一步提升品质,通过强大产品力保持优势,领跑B级车市场。2015款迈腾的上市,在传承一汽-大众高品质的产品基因基础上,其新增的多项越级高科技装备,在将B级车的标准推向新高度的同时,也给竞争者带来了极大的压力,展现出“大设计”“新科技”和“高品质”的强大产品力。

重塑! 看齐C级车标准

随着市场成熟度提升及互联网、电子商务技术的发展,B级车消费呈现出对科技化、舒适性的更高要求,甚至显现出向C级车看齐的势头。而迈腾之所以能够重塑B级车市格局并始终“笑傲”市场,究其原因,在于迈腾始终是“一款按照C



级车标准制造”的汽车。

从诞生起,迈腾一直引领着业界的科技潮流。优化的PO46平台、TSI+DSG黄金动力组合确保了迈腾在核心技术上的领先。不仅如此,迈腾还装备了大量比肩C级车的先进配置,包括Lane Assist车道保持系统、Auto Hold+EPB自动驻车功能+电子手刹系统、Side Assist变道辅助系统、第二代ACC自适应巡航系统、第二代Park Assist自动泊车系统……将行车安全性和驾乘舒适性推向全新高度。在此基础上,2015款迈腾又新增前排通风座椅、前后车门内饰装饰条LED氛围灯、停车自动折叠外后视镜、MKE疲劳提醒系统等全新功能,更为豪华舒适。

如果说领先技术赋予了迈腾越级舒适,那么,高标准的制造工艺则是迈腾实现越级的根本保障。80%的高强度钢板、空腔注蜡技

术、静谧的车内空间、43米的激光焊接长度、热成型钢板等先进工艺的运用,全套C级车的制造工艺成就了迈腾媲美C级车的安全和舒适性。

而为保证迈腾的高品质,其检验标准极为严苛。一汽-大众采用了苛刻程度不亚于奥迪的评审机制,并将这种评审贯穿到每一道工序及微小环节。“1毫米的匹配误差都会被打回去重新调整、修正”,正是对每一个细节近乎苛刻的要求,才保证了每一台迈腾的高品质。更为严格的是,迈腾还将国内最为先进的整车气味检测体系纳入到评审当中。

对各个环节的高标准要求,让迈腾成为首款以C级车制造标准打造的国产B级车,它成为国内汽车制造的一款里程碑式的产品。可以说,迈腾不仅进一步夯实了一汽-大众在国内公商务车市场的领先地位,更重塑了B级车市场格局。

车市观察

经销商库存预警指数连续8个月高于50%

来自中国汽车流通协会的数据显示,今年5月中国汽车经销商库存预警指数达到57.3%,同比上升8%,至此该指数已经连续8个月高于警戒线50%。

无论从理论上,还是从以往的市场情况来看,每年5月份是汽车旺季,是去库存比较好的月份,相对来说预警指数都是处于低位的。中国汽车流通协会副秘书长郎学红说,今年除了1月份的预警指数没有超过50%,后来一直持续在高位,均超过50%,这意味着需求仍然不足。

按照市场惯例,6月和7月将是全年汽车市场的销售淡季。对于经销商而言,还是要加大库存的消化力度。与此同时,6月又是上半年的收尾阶段,厂家的排产和销售计划也将时间过半、任务过半。如果是任务压力比较大的厂家,对经销商的压库力度可能会有所加大,这可能给6月的经销商经营状况带来压力。

对此,中国汽车流通协会秘书长肖政三建议,经销商应对市场保持理性判断,合理调控库存量,减少因库存变化带来的经营风险。

记者 张雷

车市快报

长安汽车悦翔家族奇趣试驾会落幕

日前,长安汽车悦翔家族奇趣试驾会在徐州举办。现场设置了趣味知识竞答环节,邀请客户进行抢答,答对即可获得极具青春纪念意义的玩具,2天内成交量达90台。为了更好地满足大多数家庭的代步车需求,今年新悦翔V3在“外观、动力、品质”上全面提升后再带幸福而至。悦翔V7作为悦翔家族的全新旗舰车型,在造型、驾乘、节油、动力、安全、空间、科技七方面均做足了功夫。

全新爱丽舍挑战赛第二季南京站落幕

5月30日,全新爱丽舍600万KM+品质挑战赛第二季初赛南京站揭幕,客户在东风雪铁龙南京金灿汽车4S店出发。积分最高者获得前往武汉参加半决赛机会。挑战赛共四个任务:一、节油挑战,客户从4S店至溧水天生桥风景区,根据平均油耗由低到高排名;二、品位挑战,以题目答对数量进行积分排名;三、智慧挑战,找到指定景物拍摄并发送朋友圈集赞,积分以集赞数量排序;四、容量挑战,根据后备箱容量总和由高到低进行积分排名。

东风标致308S S MAN计划全面启动

5月30日,由东风标致308S首席冠名赞助的“TRIPLE JAM萧敬腾世界巡回演唱会”南京站正式开启,这也宣告着“S MAN计划”的正式启动。“S MAN计划”是308S联手萧敬腾为S MAN们带来系列超级福利,计划将包括:308S萧敬腾特别推荐版车型将于6月1日正式登陆天猫商城,为S MAN打造专属座驾。随后,“S MAN挑战赛”试驾体验日活动也将在盛夏热血开启,参与者有机会赢取萧敬腾演唱会门票。同时,308S将与一嗨租车联手,推出优惠租车及免费体验活动,让更多S MAN感受这款“超级智能运动型车”所带来的超炫驾驭感受!