



豪车销量进入微增长时代

车不好卖了,4S店咋转型?

对于豪华车4S店来说,“无为方得从容”从来不是一句应景的话。尤其是今年以来,车市整体步入下行新常态的情况下。据了解,4月一线豪华品牌冠亚军销量增幅双双降至1%以下;二线豪华品牌有增有降,厮杀愈加激烈。分析认为:除了硬件,终端豪华车4S店应更多地考虑如何更接地气地升级软实力,升级营销模式。毕竟,大幅优惠对于销售来说已显颓势,且有损品牌商誉。

现代快报记者 张雷 张曦

豪华车市场呈降温趋势

今年4月以来,豪华车市场降温趋势明显,各品牌的价格折扣也越来越大。作为一直特立独行于整体汽车市场的豪华车领域,也已经感受到了来自市场的一丝寒意。

在终端市场,尽管各大豪华品牌均未有“官降”之举,但其间的价格战早已上演,并呈现白热化。J.D. Power的价格报告显示,从今年3月开始,部分大型豪华车已加大折扣力度;4月,折扣率已降至平均约84.7%,较2月份的平均折扣率下降了约一个百分点。与此同时,一线豪华车品牌销量虽然仍在增长,但增速环比下滑明显,部分二三线豪华车品牌增速已经同比出现了下滑。

记者采访了南京本地经销商,同样感受到豪华车市场面临的巨大压力。以前,在普通家用轿车才出现的亏本卖,在豪华车部分车型上也成了常事儿。有经销商人士坦言,个别车型每卖出一辆就要亏四五万元。“还有,国产车型本就是为了冲量,几乎全部是亏损的,只有部分进口车型还存在一点点微利。”甚至有业内人士透露,某一线豪华品牌4S店近几年均亏损一两千,已处于非常危险的境地。



制图 李荣荣

竞争加剧倒逼服务提升

过去的十年,尽管随着车市的涨船高,豪华车市场也高速增长,但随着经济进入新常态,车市整体上也已进入增速回落期。而豪华品牌汽车之间的竞争早就已白热化,加之二线豪华品牌的迎头赶上,不断蚕食一线品牌份额。而随着豪华品牌间激烈竞争业态的形成,国内消费者理性消费文化的养成,豪华车再也无法回到“高高在上”“爱买不买”的安乐时代。

实际上,对于品牌溢价能力强的豪华汽车品牌来说,如果仅仅有豪华、技术过硬的产品,在终端却没有既真诚又接地气的“好”服务,品牌的附加值很难被成熟的消费者认可。

近日,记者走访了南京江浦大街的多家豪华品牌汽车4S店,重点关注了各品牌4S店的售前服务细节。体验发现,问题多集中于:1.走进前台展厅,难觅销售顾问影

子;2.购车咨询过程中,销售顾问猜测没有购买意向即中途自行撤离;3.展厅所展部分车型灰尘积压;4.展厅促销展具、车型摆放混乱。整体来看,所走访的几家豪华汽车4S店在售前细节方面“挺不讲究”。据分析,之所以出现这种细节上的“不讲究”,一是有些品牌汽车过去销量还不错,并不愁卖;二是江浦大街地处江北,远离主城区,品牌4S店服务意识稍差。

营销模式进入2.0时代

可见,终端服务软实力的提升,对豪华车4S店的涅槃极具重要性。在互联网+时代下,光拼服务细节还不够,通过各种形式的营销传播持续提升品牌美誉度,转型营销胜算才会更大。

有业内人士认为,豪华车国产

化竞赛之后,各豪华品牌的品牌力将加剧优胜劣汰。“有清晰险谱的豪华品牌才能赢得消费者的心。”英菲尼迪就是最鲜明的例子,通过赞助《爸爸去哪儿》、《舌尖上的中国》等热门节目,抓住了豪华车品牌年轻化的趋势,并且通过互联网

病毒式的传播,大大提升了品牌形象,也使得其产品在上半年大卖。

从终端层面来看,为了提高知名度,促进销售,节庆促销如“双十一”、“双十二”、砸金蛋、买车送保养、特卖会等是4S店常用的促销手段。

帮读者“一对一”匹配心仪车型

拨打96060,加入快报团车会买车

“上周,快报《车天下》推出团车会活动,帮读者一对一匹配心仪车型。活动吸引了不少读者报名参加。本周,快报团车会将继续征集报名,帮助读者更方便快捷地买车,匹配心仪的品牌车型,并且享受到更大的价格惊喜。”现代快报记者 张曦 张雷



买车别轻信网上报价

王先生是一位生意人,现居南京六合。一个月前,他开始考虑为自己换辆40万左右的豪华品牌汽车。在对比了包括奔驰、宝马、凯迪拉克等几乎所有一二线豪华品牌的相关车型后,王先生最终打算入手一辆钻石蓝色的奔驰GLK260时尚型款。

但是,王先生浏览了相关网站后发现,该车型网上的报价比4S店低。“看到现代快报团车会的消息,心想借快报的公信力弄清楚真实的价格,就报了名。”也希望借快报的平台得到更多实惠。

随后,记者拨通了奔驰某4S店销售顾问的电话,询问报价出入问题。该销售顾问解释,奔驰GLK260这款车是畅销车型,现在价格很透明,根本没有网上的那个报价。他分

析,“在网上能报那么低的价格,有可能是二级经销商,但在消费者真正订车、提车的时候往往会有附加要求,比如加装条款等,消费者其实捡不到什么便宜。”该销售顾问还表示,如果消费者果有意向订车,他们可以给快报团车会会员“闭团价”,并赠送快报团车会专属礼包。目前,王先生和4S店正在洽谈中。

经销商优惠给力

对于购车人来说,便宜才是硬道理。如何买到价格最便宜的车,是读者最关心的话题。现代快报团车会将为读者提供更实惠公道惊喜价格,报名参与人数越多,优惠价格越低。

同时,报名读者还有机会得到男士配饰、化妆品、电子产品、车载冰箱、吸尘器精美礼品,并且还有

目标经销商提供的各类打折券、工时券、礼品等给力优惠,让你享受折上折,再砍一刀。

“一对一”匹配车型

您心仪的汽车品牌是什么?您想买哪一款车型?告诉我们吧!我们将为您匹配最心仪的汽车品牌和车型,“量身定制”现场的团车活动。

每年,南京的大小车展不计其数,但一个共同点就是大而全,真正有购车意向的人,都是目标明确奔着几家品牌和车型去的。为了帮助读者更高效地沟通,现代快报将量身定制购车计划,读者通过报名渠道,只需要留下自己心仪的品牌和车型,我们将更精准地去匹配,量身定制品牌车型。如果报名读者达到一定数量,我们还将和经销商一起举办一场专场团车会。

报名方式

快来加入现代快报团车会吧!《车天下》从6月份开始,将在报纸、微信等平台传播,征集读者参加汽车团购,并且为读者匹配相应的品牌、车型。读者现在可以通过快报热线96060、微信等方式留存读者的联系方式、意向车型、购车节点等信息。

快报热线96060
汽车部电话025-84783533
《车天下》微信号 kb_ctx

扫一扫,加入快报团车会!



车市快报

中华V3江苏上市

6月6日,中华V3上市发布会在南京召开。该车历经近3年的酝酿,设计源于创意研发团队的灵感,在历经了严格的测试后,标准化生产。

中华V3是一款个性十足的时尚炫酷SUV,T型镀铬进气格栅,且与“开眼角”式前大灯连为一体,再配合动感的前保险杠进气口,充分展现其自信、执著、狂热的一面。手机智能互联系统,多媒体大屏幕通过蓝牙链接完美兼容主流操作系统,提供更多创意空间,分享触及未来的欢乐。而1.5T涡轮增压发动机,与它澎湃、强悍的内心极为神似,百公里加速仅需10.2秒,为年轻一代提供更多行动力量,体验畅快淋漓的快意人生。配有大尺寸轮毂,八位一体ESC车身稳定系统,轻松应对各种路况,配以贯穿前后的全方位安全气囊。

道奇酷威柴油版南京上市

7座SUV市场竞争日益激烈,此次在南京上市的全新进口道奇酷威2.0TD四驱柴油版,搭载欧洲市场技术领先的MultiJet2 2.0T柴油发动机,采用缸内直喷技术与高压共轨技术,最大功率达125KW/4000rpm。综合油耗8.3L,单箱油续航里程最高达970公里,车身4910mm,轴距2890mm。

目前,克莱斯勒“老友季”火爆进行中。克莱斯勒旗下三大品牌(Jeep、道奇、克莱斯勒)任意车型老车主,介绍朋友成功购买进口酷威,新车主即刻获得1年免费保养超值专属礼,老车主则可尊享爱车免费保养1次。另外,购买进口道奇酷威更有直降2万、20%超低首付、5年超低费率、新车第一年免加交强险等多种个性化金融方案,轻松尽享7座大生活!

上海通用 打造工业4.0工厂

上海通用汽车武汉分公司(下称武汉基地)成立于2012年4月,于2012年6月奠基,同年9月一期项目正式开工建设。这是继上海浦东金桥、烟台东岳和沈阳北盛之后,上海通用汽车的第四个乘用车生产基地。

武汉基地一期项目总投资70亿元人民币,规划用地2.38平方公里,建设项目主要包括冲压、车身、油漆、总装四大工艺车间以及动力总成车间、车体分配中心、公用动力中心、售后配件配送中心、质量高速跑道、整车发运中心、行政楼及其他辅助配套设施。

武汉基地采用了世界先进工艺设备及国际高标准环保设施,移植和延伸上海通用汽车的精益生产和精益管理体系,成为集精益化、敏捷化、柔性化、模块化于一体的绿色环保工厂。

武汉基地冲压车间采用高效节能的高速自动化冲压线,采取连续运行模式,自动快速换模,整线自动换模时间仅3分钟,处于世界领先水平。

武汉基地一期项目车身车间拥有452台机器人,自动化率达97%,高柔性、高自动化的制造系统为品质车身提供保障。