



## 年底不再为了销量“撕” 汽车厂商相约“抬着混”

每到年底,压库存几乎是厂商“约定俗成”的事,而这往往又成为导致厂商矛盾的关键因素之一。事实上,2014年就发生了多起汽车经销商抱团“反水”的事件,如某日系南京经销商因库存超限、经营困难、利润下滑与汽车厂家针锋相对。去年一年,在车市遭遇微增长的严峻形势下,厂商之间的关系如何?特别是在去年年底这个特殊的时刻,有没有出现以往互相“撕”的状况?快报记者调查发现,经过一年的相互适应和调整,厂商开始互相适应,努力做到“抬着混”。

现代快报记者 张雷 倪泳 张曦

### 现象

#### 市场增长 缓解库存压力

中国汽车流通协会“汽车经销商库存调查结果”显示,2015年11月,汽车经销商综合库存系数(库存系数=期末库存量/当期销售量)为1.40,环比上升9%,同比下降23%,处于警戒线(1.50)以下。整体来看,一方面相比2014年同期的高库存,2015年的情况有所好转;但另一方面,库存系数的环比上升说明,年末压库存现象依然存在。

不少合资品牌南京4S店人士告诉记者,厂家压库存每年都会有的,尽管2015年车市不景气,但为了冲量厂家还是给他们压库存。“不过,由于去年10月份以来车市开始回暖,单店的销量开始提升,在一定程度上减轻了库存压力。”南京某4S店工作人员说。由于厂家对全年的销量目标做了调整,另外还给了不少政策支持,“因此,相比2014年同期,2015年年底的压力相对小一些。”

中汽协数据统计显示,2015年1—11月,汽车产销分别完成2182.39万辆和2178.66万辆,分别比上年同期增长1.8%和3.3%。

### 车商 去年年底销售压力减小

记者走访南京市车市发现,各家经销商为了年底冲量,使出浑身解数,搞团购,购车送礼包、送油卡等各种促销活动。

某日系品牌南京4S店工作人员说,目前为止,他们店基本完成厂家任务了,“还差一点儿,相比2014年同期,2015年底的压力相对小一些。”他还说,由于南京限购传闻,2014年单店销量是暴涨的,所以基数大。一汽大众南京协众东麒路店市场部经理顾晓丽说,由于车市大环境的影响,2015年

厂家在4月份就开始调整销量策略,降低销量目标,给经销商减负。2015年到年中压力还是比较大的。而随着四季度购置税减半政策的推出,销量有所提升,2015年12月份销量基本能够与2014年同期保持持平。

此外,也有不少豪华汽车厂家调整了对经销商的政策,如给予经销商补贴等。随着第四季度市场的回暖,以及政策调整等因素,经销商清库存的难度没以往那么大,压力暂时得以缓解。

### 车企 2016年不给经销商过度施压

事实上,相较2014年下半年部分品牌的经销商频繁抱团与厂家针锋相对的情况来看,2015年的汽车厂商关系有所缓和。

“经销商政策方面,考虑到中国汽车市场增长放缓等因素,2016年会制定非常合理、稳健的销售目标,不给予经销商过大的压力,让经销商在比较平稳的状况下经营。”一汽丰田汽车销售有限公司企划部部长张思君在接受快报记者采访时表示,他们深度考虑了经销商

的盈利情况,一直在为厂商双方的长期发展做准备。

相关专家表示,库存超限往往导致经销商经营困难、资金周转困难和利润下滑,而经销商库存高则是车企转嫁过剩产能所致。产能过度扩张会导致产品线利用率下降,还可能使终端网点无序、不合理地扩张,进而导致品牌之间和品牌区域内终端的竞争双双加剧。汽车厂商关系有所缓和,并不意味着双方的矛盾已经得到根本解决。



漫画 雷小露

## “瓜子网”卖二手车摆“乌龙”

### 网站标的年代款式配置与实际不符

去年11月,杨小姐在瓜子二手车直卖网上看中了一辆2013款新年特别版的Smart,后来在该二手车网站工作人员的陪同下去看了车,并当场签合同付了定金。不料,回到家后,杨小姐上网仔细一查发现,该网站标的车辆年代、款式和配置等信息与实际不符。

现代快报记者 姜伟

#### 闹心 车辆年代款式闹乌龙

2015年12月1日,杨小姐向记者反映称,在瓜子二手车直卖网订了一辆Smart,结果签完合同,“交了2000元定金后才发现车子并不是该网站所标的2013款新年特别版,而是2012款标准硬顶版。”

据介绍,在看车现场,杨小姐就发现车子是重新做过漆的,是一款改色车,而瓜子二手车直卖网站上并没有标出这个信息。“我们就和卖家沟通,砍了1500元的价格。”杨小姐说,最终以73500元成交。

尽管如此,杨小姐仍有点不放心,回家后在网上查了一下,结果发现她订的这辆车在配置方面,与2013款新年特别版Smart有出入,仔细对比后才发现是2012款标准硬顶版本的Smart。不仅如此,合同上也存在问题。她介绍,车辆具体的年代款式等基本信息也没有体现在合同里。她怀疑,“这件事存在隐瞒和欺骗。”

#### 维权 商家只退了部分定金

发现问题后,杨小姐先是向车主核实车辆年代款式,车主戴女士表示,车子是2013年买的,具体是哪一款她也不清楚。随后,杨小姐联系到瓜子二手车工作人员,经过一番核对,瓜子二手车一方承认确实是他们搞错了,表示愿意退还其2000元服务费,但以“合同里只写了事故车、泡水车由他们负责,车型错了不属于他们负责的项目”为由,拒绝退还杨小姐2000元定金。

后来,杨小姐称还多次拨打瓜子二手车直卖网的全国客服电话,“但客服每次都只以正在商量解决办法,过几天联系我为由拖着。”

记者联系到瓜子二手车直卖网南京站的相关负责人。该负责人否认了杨小姐的“瓜子二手车存在隐瞒和欺骗”的说法,并解释说,出现这种错误可能是因官方网站标出的车辆信息更新滞后造成的,“当时,手机客户端上的信息是正确的,可能网站还未来得

及更新。”该负责人还向记者介绍,由于定金是买家直接交给卖家,所以退定金问题不好协调,但他表示愿意个人承担杨小姐定金的部分损失,赔偿她1500元。

#### 专家 网上买二手车要多留心

由于我国二手车市场潜力巨大,引来了大量资本风投,各类二手车C2C平台如雨后春笋般蜂拥而至,一时间二手车电商市场格外热闹。二手车C2C平台最大的卖点在于买卖双方价格对话公开透明,省去的中介环节使双方的利益最大化。不过,近来关于网上买二手车被骗、二手车网站遭投诉的新闻也屡屡见诸报端,暴露出了不少问题。

对此,江苏省消协汽车投诉站专家提醒消费者,网上买卖二手车并不是一件容易的事,二手车基本上一车一况一价,对专业性要求更高,不了解的人很容易被蒙。无论是买家还是卖家,若想卖个好价钱,或想淘辆物美价廉的车,往往还需要花大量时间做好功课,以免上当受骗。

### 锐观察

#### 信用是有溢价的

日前,几场省级机关公车拍卖会吸引了市民的眼球。现场火爆,高溢价成交成了关键词。

其实,这次拍卖会从一开始就吸引了众多市民的目光。在首场开拍前领号牌时,不到两天500个号牌就被抢空。竞拍者中,企业代表、个人、二手车商都有。

在竞拍现场,参与者对于公车竞拍的溢价屡屡出现,现场高潮迭起。第一场拍卖会上,1号拍品是一款老帕萨特,行驶里程达14.4万公里、预估价1.35万元。而经过激烈争夺,这款车最终以3.05万元成交。多名二手车商曾预测,这辆帕萨特最多拍出2万多元。而据报道,拍下首车的竞拍人竟也是位二手车商。

火爆争夺的气氛也会成为拍卖场上高溢价的导火索。一辆2007年出厂的丰田海狮面包车,表显公里数只有5.9万多,从起拍价9.8万元起,一路竞价40轮左右,其间还有两个竞买人因争相举牌起了争执。当竞价超过15万元时,场内已一片助威声,直至竞价到15.7万元。

还有一位市民以9.4万元拍下第14号拍品,高于原价5.2万元左右。原因在于,在预展时他打开这辆车发动机盖,看出这款

车是勤保养的,品质有保证。另外公车的公里数是真实的,码表不会有人动手脚。

公车拍卖为什么火?这是值得深思的现象。前不久,一位同事找我们买二手车,他的购买需求是3万以内,手动挡,拿来练手。虽然他做了很多功课,也看过很多网上交易平台的车,网上的车可选的多且很便宜,但他真不敢买。

在商业社会,信用是有溢价的。公车品质有保障,买得放心不会有猫腻,是不少竞拍者尤其是个人愿溢价拍的重要原因。这背后,是人们内心对信用的举牌。结合此次公车拍卖,再结合眼下二手车市场的乱象,我们会在微信公众号里推送更犀利更详细的观察文章,小伙伴们快来加入吧!

现代快报记者 张曦



扫二维码,参与本期话题讨论