

中汽协:2015 年车市增幅 7% 左右

截至今年 11 月份,今年全国汽车产销均已经超过 2000 万辆。日前,中汽协公布的最新统计数据显示,1 至 11 月,中国汽车产销分别完成 2143.05 万辆和 2107.91 万辆,比上年同期分别增长 7.2% 和 6.1%,增幅比去年同期分别减缓 7.1% 和 7.4%。

中汽协预测,“明年汽车的产销总量增幅将和 GDP 的增幅差不多,在 7% 左右。”也就是说,2015 年汽车市场整体增幅相对今年将进一步下降。相对于乘用车市场的整体疲

软,今年可谓是新能源汽车进入家庭的元年。据中汽协统计,1 至 11 月份,新能源汽车生产 57125 辆,销售 52944 辆。其中纯电动汽车产销分别完成 32494 辆和 29060 辆,插电式混合动力汽车产销分别完成 24631 辆和 23884 辆。

中汽协统计数据显示,11 月份汽车产销分别完成 216.07 万辆和 209.09 万辆,比上月分别增长 5.7% 和 5.2%,比去年同期分别增长 1.2% 和 2.3%。其中,乘用车产销分别完

成 183.46 万辆和 177.53 万辆,比上月分别增长 4.4% 和 3.9%;比去年同期分别增长 2.9% 和 4.7%,产销同比增速比上月有所减缓。其中,MPV 和 SUV 保持较快增长。SUV 产销增速分别为 36.2% 和 34.1%,MPV 产销增速分别为 50.8% 和 48.7%;轿车产销增速分别为 3.6% 和 2.6%;交叉型乘用车产销分别下降 19.1% 和 17.4%。

值得注意的是,轿车产销增幅下滑导致经销商处库存压力增大。中汽协统计,1 至

11 月份,企业库存增加 35.14 万辆。同时,中国汽车流通协会给出的经销商库存预警指数为 65.7%,比上月上升了 10.7%,处于警戒线水平以上,经销商普遍认为 11 月份的经营状况差于上月。中国汽车工业协会常务副会长董扬对此表示:“截至 11 月份,今年大约增加了 35 万辆库存,增幅达 30%,这一增幅远超汽车销量的整体增幅,必须引起全行业的警惕。”

(据《北京晨报》)

“双 11”尝到甜头后再推“双 12”

汽车电商欲“造节”促网购

继“双 11”大获丰收之后,汽车之家、易车网等汽车电商又扎堆推出“双 12”概念,力促网络购车成为常态化。记者调查发现,12 月 12 日当天,很多汽车电商都在网站首页显要位置打出了“双 12”购车节的促销信息。由于时值车市年底冲量季,与“双 11”相比,对销量更加渴望的汽车厂商,和那些备受库存困扰的经销商们,在参与各大汽车电商推出的“双 12”购车活动时,给出了更多优惠。

汽车电商力推“双 12”概念,目的并不在于多卖几辆车那么简单。汽车之家副总裁马刚在接受记者采访时强调,“双 12”购车节活动是推动汽车电商常态化的重要举措。“汽车之家车商城平台自今年 6 月上线后,每天都在卖车,下一步会加强与经销商合作,争取每月都推出一次购车活动,推进汽车电商常态化。”

为了推动网络购车常态化,爱卡汽车打造了横跨一个季度的“12 周年感恩季”,并表示这将成为其常规活动,爱卡汽车还推出了针对购车和用车细分市场的移动端 APP“爱用车”“爱用车”。易车网则推出了“惠买车”及“易车商城”。

汽车分析师贾新光认为,汽车电商不同于普通电商,对于大部分中国消费者而言,

首次购车的用户仍然居多,购车仍然是刚需。所以,消费者不一定会因为一年中的某一天存在价格优惠而在这一天集中购买。不过,随着市场不断的规范化,汽车电商将逐渐走向正轨,形成汽车电商常态化的发展模式。

事实上,在各大汽车电商平台的共同努力下,今年“双 11”网上购车订单量与实际成交量同比都出现了大幅提升。相关统计显示,仅汽车之家、易车网和新浪网三家电商平台,“双 11”期间收获的汽车订单总量即已接近 80 万份。乘胜追击,大多数汽车电商在 12 月继续推出购车优惠活动,共同炒出了“双 12”概念。

虽然“双 12”概念早在去年就被部分汽车电商提及,但今年才真正形成了规模。而且,对于那些没来得及参与“双 11”的消费者来说,“双 12”是一个很好的补充机会。

多数汽车电商“双 12”的促销力度与“双 11”相似,有的甚至还有超越。如汽车之家,消费者查找预购车型,在线支付 499 元购买价值千元优惠券,最高可抵现金 9499 元。到线下指定 4S 店选购车辆,在与经销商议价后并出示优惠券,最终成交价格是议价后的价格再减去购买的千元优惠券的价格。



前 5000 名购车消费者上传发票后,可获得 1000 元额外的加油卡奖励。

对于汽车电商争相推进网络购车常态化的举措,汽车厂商和经销商普遍表示欢迎。如东风标致、一汽-大众、长安马自达、上海通用雪佛兰等品牌,均已积极参与进来,与汽车电商一起力战“双 12”。“很多汽车厂商和经销商客户在参与了‘双 11’活动后表示,希望我们可以通过在线销售帮助他们提升销量。”马刚认为,客户的认可是一个好的开始,这表明汽车电商已经被接受,且不少

车商眼下已将网上销售当成渠道之一,并且很看好未来的发展。

贾新光认为,汽车电商已经成为不可逆转的趋势,但实现汽车电商常态化也有一定的困难。首先,需要进一步了解用户的真正需求,打造出更被用户信赖的汽车电商平台;其次,如何在车企、电商平台和经销商之间,找到一种可以长期稳定合作的方式,才是真正实现汽车电商常态化的根本所在。

(据《北京商报》)

12 月 21 日

一汽-大众周口和荣 4S 店
邀您参加高尔夫圣诞狂欢派对

2014 年,高尔夫诞生整整 40 年了。鱼水恩,方知图报。值此高尔夫诞生四十周年之际,本着感恩回馈新老客户的理念,一汽-大众周口和荣 4S 店将于 12 月 21 日在店内举办高尔夫感恩派对。只要你喜欢高尔夫或者拥有高尔夫,都可报名免费参与派对。我们为您准备了精彩的文艺演出和丰盛的冷餐及甜点,当然还有超值购车优惠。到店即送超值好礼,参与互动还有机会赢取价值 500 元的高尔夫原厂车模、价值 380 元的便携式充气泵等。这个圣诞,你来一汽-大众 4S 店就“购”了!

在本次活动,到店客户不但可以试驾全新高尔夫,而且还可以参加有趣好玩的有奖互动游戏。而对于订车的客户,同样将会获得丰厚的礼品大奖,同时还会享有大大的购车金融优惠哦!礼品多多,惊喜不断,所有的这些都在等待着您的参与。

活动之余,不得不感叹时光太短,40 年转瞬而至。1973 年整个欧洲遭受石油危机重创,汽车工业面临严峻考验,而第一代高尔夫便是在这样的背景中诞生的。高尔夫实现了更快、更安全性、更节省、更舒适的全新目标,这也成为以后高尔夫不变的追求。40 年时光,7 代车型传承。传承中不断带动着欧洲乃至全球两厢车市场的蓬勃发展。40 年风雨,3000 万车主,一切都是在诉说着独属于高尔夫的传奇历程。

(和荣)

一汽-大众 www.faw-vw.com vw.faw-vw.com 客户关怀热线: 4008-171-888

从岁首到年终,虽时光流转,不变的是品质如一;
一汽-大众岁末感恩季,感谢您的同行相伴。
贷款或二手车置换购车可享感恩优惠。
购 CC、迈腾享 6000 元优惠;购捷达、桑塔纳享 5000 元优惠;购宝来享 4500 元优惠;购全新高尔夫享 4000 元优惠。
详情请到店咨询了解,恭迎您的光临试驾。

金融引擎

一汽-大众

金融引擎

一汽-大众

周口和荣 4S 店 销售热线: 0394-8592288 服务热线: 0394-8593399 地址: 周口市川汇区北环路东段宏源精品汽车城

CC

GTE

MAGOTAN 旗舰

SAGITAR 旗舰

POLO 旗悦

SCIROCCO

JETTA 旗风