

积极备战的、调养生息的、以静制动的……

“八仙过海”突围淡季怪圈

习惯两位数增长的经销商不得不挖空心思笼络客源

策略之营销



车市淡季来临，进店客流量明显减少。(资料图片)

七八月进入车市传统淡季，这两个月处于上、下半年的过渡期，车市状况将直接影响到下半年整体走势。上半年，受上年“理性回归”的影响，车市一直不温不火，直到5月才迎来了久违的产销双增长。对于下半年车市，不同经销商采取了不同的应对方法，有积极备战淡季，在消费市场寻找更多机会的，也有调养生息，为下一轮进攻做好准备的。总之，接下来的淡季不会太平静。 记者 白贺

市场 购车需求受淡季影响被短暂压制

对于郑州消费者，已经养成了“金九银十”的消费习惯，之前的7月、8月反而成为市场上的“传统淡季”。

走访本地市场，大多数经销商早早便把促销利器摆在案头，只待合适时机一股脑地推出。当然也有部分经销商捷足先登，降价、送装饰、延长保修年薪等促销政策早早便推出施行。

去年，7月、8月车市在大力促销下也出现了转机，但大势难挡，纵观全年的产销数据仍摆脱不了“微增长”的现实，习惯了两位数增长速度的经销商今年不得不挖空心思笼络客源，在淡季保证销量。

“购车刚性需求依然存在，并且该需求正在与消费者购买能力的提升一并高涨，但碍于淡季的传统

影响，刚性需求短暂被压制或在情理之中，此时就看谁能把淡季营销做到极致了。”业内人士直言，随着低价促销的深入，车市淡旺季的特征势必会越来越模糊。“由于不少车企联合经销商在淡季中推出幅度较大的促销政策，在求学热、结婚热、上学热等消费潜力释放的刺激下，车市呈现出淡季不淡的景象应该不是难事。

该业内人士同时还说，不少持币待购的消费者仍存在购车疑虑，总以为“金九银十”是购车良机。“从去年九月份的销售数据看，‘金九银十’成色大减，促销力度相比平时没有什么大的变化，甚至还不如平时。所以，建议大家买车还是把眼前的实惠摆在首位，把宝押在下半年不保险。”

声音 降价促销唱响淡季营销主旋律

进入七月以来，车市淡季影响逐渐显现，但也有部分经销商坦言，淡季事实存在，从目前统计的销量看，影响似乎并没有想象中那么大。

上周末，记者来到位于中原西路的东风日产中原店，店内熙熙攘攘的客户把销售顾问“全面封锁”。该店市场部经理表示，近期店内客流量较上月没有什么大的变化，成交量虽小幅下降，但销售目标没受多大影响。

和东风日产中原店情况相同的还有不少合资品牌经销商。经营上海通用、北京现代、广汽丰田、东风悦达起亚等品牌的经销商负责人均表示“目前淡季影响不是太大，但8月就不好说了”。

与合资品牌形成鲜明对比的则是部分自主品牌和进口品牌。

“最近两天气温不是太高，进店客人还算不少，

但相比5月的时候还是减少了近四成。”一位合资品牌经销商坦言。

“上半年，郑州两家平均每月320台的销量还是低于销售预期。”河南国际汽车贸易有限公司市场部经理鲁峰透露，“年初，公司制定的增长率是40%，但目前我们的统计数据仅为20%。进入传统淡季后，此数据仍将降低。”但鲁峰同时表示，大力度的促销将对淡季的销售起到积极的作用，市民选择此时购车实为最佳时机。

郑州之星行政总监陈政良也坦言：“上半年逐月下降，1~5月份共计销售1773台，距离全年5000台的销售任务相差还是不小的。目前淡季已经来临，经销商要想保证销量必须推行大力度的降价促销，就拿奔驰说，我们近期的营销重点就是要让消费者以最低的车价圆了自己的‘奔驰梦’。”

应对老K砍价团助力车商淡季营销

作为郑州汽车专刊第一读本的郑州晚报《第一汽车》也在此时心系经销商的“疾苦”。

“老K砍价团不仅带来了超高的人气，更为我们创造了实实在在的销量，这个义务‘销售顾问’在汽车圈里名号越来越大。”一位与晚报成功联合举办老K砍价团的经销商说道。

“砍价活动将贯穿整个夏季，除了能为经销商搭建强有力的销售平台外，让消费者买到实惠、心仪的爱车成为当下的首要目的。”中原车市砍价高手、《第一汽车》砍价团团长老K另外还表示，《第一汽车》还将与20日、21日晚在升龙商业广场举办夏季特惠购车专场——“仲夏赏车夜”，想买车的市民千万不要错过本次购车良机。

政策 大力度“国字号”优惠政策“空降”有难度

根据中国汽车工业协会现有公布的数据显示，今年1~5月，我国汽车产销分别为800.03万辆和802.35万辆，同比增长3.19%和1.70%。其中乘用车产销634.07万辆和633万辆，同比增长7.05%和5.48%，虽然从增长率来看，今年车市走势放缓的格调已经确认，但从上半年月销量的变化不难看出，今年车市正在逐渐消化去年政策退出的不利影响，回归到合理的增长状态，而这恰恰正是国家通过政策调控，希望最终得到的理想状态。基于此分析，下半年国家相关部门应该不会再次通过政策干预，从

而影响汽车市场的自我调整。

国家发改委相关部门日前的表态也部分印证了这一猜测，据透露，目前他们仍在讨论购车激励政策的必要性，但目前普遍认为没有必要采取同2009年一样的刺激政策。据业内人士分析，今年之所以不太会采取大规模的政策补贴，是因为2009年和今年有很大的经济背景差异，前者面临的是全球性金融危机的爆发和我国4万亿补贴的拉动内需政策，而今年只是国内经济的自我调整和软着陆，一个健康、稳健的增长幅度正是国家调控部门愿

意看到的。

另一方面，据国家发改委透露，国家在十二五规划中，明确表示汽车产业的发展重点是新能源汽车，而并不仅仅是普通汽车的普及，因此即使有补贴政策出台，也将主要针对相关环保车型，单纯对乡镇居民补贴轿车购买的意义不大。

业内人士同时表示，目前国内很多品牌车型的价格在经过经销商的数次让利后，优惠幅度上已经远远超过了国家的政策补贴，与其观望等待，还不如抓住目前最好的购车时机。

