

厂家纷纷设立单一车型地区总代理,国内 4S 分店垄断将受挑战——

车市渠道“暗变”

□时报见习记者 汪齐欢

今年以来,先是一汽大众、上海大众高举营销变革大旗,具体措施之一便是在全国设立 5 家开迪营销中心,专门负责开迪销售,大批一汽大众专营店被剥夺开迪一级代理权,成为开迪地区总代理二级经销商。9月初,东风悦达起亚专营店广州风亚又高调宣布,已获嘉华广州总代理权,广州其他原一级经销商的嘉华经销待遇降为二级,车源由嘉华总代理供应。

与家电商行业渠道掌握话语权相反的是,在汽车行业向来是厂家处绝对主导地位,汽车行业渠道变革向来都是在厂家主导下进行。业内人士认为,在

中国汽车行业竞争日趋激烈的背景之下,国内流行的 4S 店分区垄断经营的经营模式将受到严重挑战,由厂家发起的营销变革正在悄然进行。

**目的:
提升单一车型竞争力**

无论是开迪还是嘉华,在国内产前都有极佳的口碑,但国产后,产品品质和口碑并没有体现在销售量上。今年 1 到 8 月份,嘉华在国内车市 MPV 排行榜上虽然稳居前 6,但销量仍然远远落后老对手 GL8、奥德赛、途安等竞争对手。

广州风亚对媒体表示,厂家之所以授予其嘉华广州总代理权,其目的在于提高嘉华竞争力。据介绍,目

前东风悦达起亚在苏州、北京、广州、山东各授予了一家经销商嘉华总代理权。

“厂家授予我们总代理权,看中的的是我们在公务市场的销售能力。连续三年我们都被指定为省政府和市政府指定公务车供应商”广州风亚专营店总经理郑建辉说,公务市场才是嘉华主攻方向。今年 1 到 6 月份,广州风亚就已经完成厂家下达的嘉华全年销售任务,并且占到了广州嘉华总销量 60% 市场。

一汽大众华南营销中心市场经理段先生则告诉记者,一汽大众设立开迪营销中心 4 个月以来,销量在华南市场销售总量增长了近 10 倍,“任何一个产品需要合适的营销模式。我们设立开迪营销中心目

的便是要以商务车模式销售开迪。”一汽大众对开迪商务车的定位显然和上市之初城市多功能车的定位有了明显区别。段经理说,厂家将要求开迪地区总代理商设立独立的展厅以商务车的概念来销售开迪。

**影响:
加剧经销商阵营分化?**

按照厂家有关政策,获得单一车型地区总代理的经销商将在市场推广、返利、车源供应方面获得厂家的更多支持,其他经销商降为单一车型降为地区总代理的二级。这样是否会加剧经销商阵营分化,损害部分经销商利益。

一汽大众华南商务处有关人士强调设立开迪营

销中心是为了打造开迪商务车的概念、提高产品销量。而广州某位一汽大众经销商则毫不含糊地表示:“开迪销售好坏和渠道销售模式没有太直接的关系。”广州风亚总经理郑建辉则强调,在获得嘉华广州地区总代理权后,风亚每个月将获得厂家方面 30 多元广告支持,同时嘉华返利也有一定程度增加,而其他经销商销售嘉华将因此受到诸多限制。

当记者质疑这会不会损害其他经销商利益时,郑建辉表示总代理权是一年一签,只要做得好,谁都可以成为总代理。而东风悦达起亚厂家方面则拒绝对此事发表评论,只是称“总代理”的说法并不妥。

东风日产销售赛 广州赛区圆满结束

9月8日,东风日产“2006 销售精英大赛”广州站在东风日产广大店举行。据了解,这是东风日产为了提高销售顾问销售技巧和接待服务水平,进一步提升客户满意度的积极举措。本次大赛通过全面地考核销售顾问为客户量身订造购车计划的能力,从全广州日产 24 名销售精英中选拔出最出色的销售精英。经过一天的比赛,广大店的销售顾问陈扬以第一名的成绩成功晋级,将参加下一阶段的比赛。

马海燕

东南汽车 成功赞助省运会

上月底,东南汽车赞助省运会专用车新闻发布会暨轿车仪式在南海桂城海八路南海车城的华佑桂城店举行。本次赞助活动由东南汽车委托华佑汽车销售有限公司向广东省第十二届省运会筹委会提供 6 辆全新商用车东南得利卡,作为省运会期间接送嘉宾专用车。

据记者了解,东南汽车能够成功和省运会合作多得华佑汽车公司从中联络和推动。华佑汽车总经理陈淙渊表示,佛山地区是华佑汽车重点发展的区域,公司在佛山地区设立 2 家 4S 店和 1 家直营公司,占据佛山地区绝大部分的东南三菱汽车销量。

马海燕

雨燕包揽 JWRC 芬兰战冠亚军

日前,铃木雨燕车队在 JWRC 赛事芬兰站中再传捷报,包揽冠军和亚军两项殊荣。至此,在 2006 年度 JWRC 赛事现已举行的 10 站比赛中,铃木雨燕车队总成绩位列榜首。

一直以来,JWRC 赛事都以最接近真实世界而著称。2006 年度的 JWRC 赛场上,铃木雨燕车队可谓是领尽风骚。从瑞典首战告捷到日前揽下芬兰站冠、亚军,彻底征服赛场。在国内,雨燕也战绩赫赫。不久前,全国汽车拉力锦标赛贵州六盘水赛事上,雨燕女子车队首次参赛便一举拿下“巾帼杯”冠军。

马海燕

TIIDA 三度问鼎 全锦赛分站冠军

9月17日,全国场地赛第五站北京站的战幕拉开,由于余下的比赛仅剩一轮,该场比赛被称为“亚颠峰对决”。经过 33 圈的激烈争夺后,东风日产基亚车队的郭海生以 44 秒的绝对优势再次夺取分站赛冠军,亚军被北京海淀驾校车队的周勇夺的。

该场比赛过后,东风日产基亚车队凭借郭海生的分站冠军一下将车队积分提高到了 56 分,将第二名的 333 车队差距拉到了 9 分,只要 10 月底最后一站稳定发挥,2006 年全锦赛 1600CC 组的年度冠军当是今年的新军——东风日产基亚车队。而车手冠军方面则有扑朔迷离,两位 TIIDA 车手郭海生、何晓乐,333 车队的王睿,海驾车队的王超都有机会问鼎年度冠军。

车讯

广保丰田举行“狗狗大联欢”



上周末,作为庆祝公司成立 9 周年的系列活动,广保丰田组织了二十多位有狗的车主举行了“狗狗大联欢”活动。在这次别开生面的联欢会上,车主们除了聊车外,更多的话题是关于爱犬的。

活动当天,广保丰田的展厅俨然成了狗狗乐园,经过出发仪式后,车队载着狗狗浩浩荡荡的来到番禺紫泥宠物俱乐部。在宠物乐园,举行了狗狗游泳赛,选美,表演和养护课堂等众多生动有趣的比赛。

据了解,虽然只有一下午的活动时间,但无论是车主还是宠物都非常兴奋,车主纷纷表示参加广保丰田的这次活动很有收获。这在无形之中也大大提高了车主对丰田品牌及“广保丰田”品牌的忠诚度。

■ 经销商服务

北京奔驰-戴克 “服务驿站”启动

随着北京、上海和广州三支车队登上开赴新疆的旅程,近日,北京奔驰-戴姆勒·克莱斯勒汽车有限公司克莱斯勒/三菱售后服务部组织的第四届车友会活动正式在全国各特约服务站拉开帷幕。

据了解,此次活动将历时 1 个月,北京奔驰-戴姆勒·克莱斯勒/三菱售后服务部组织了北京、上海和广州三地车队的车队前往乌鲁木齐,感受并检阅“驿站式”出行服务所带来的关怀,并在 9 月 27 日会师乌鲁木齐。与此同时,北京奔驰-戴姆勒·克莱斯勒/三菱各特约服务站还将为向进站的 Jeep4700/4000、Jeep2500 和欧蓝德车主赠送出行意外保险。

马海燕

欧宝开展 28 项 免费检测活动

记者日前获悉,OPEL 欧宝始终致力于提供优质的汽车产品及服务。自今年 9 月 15 日开始,欧宝将在全国范围内开展“免费检测月,驰骋更安心”活动。所有欧宝车主前往 OPEL 欧宝汽车特约售后服务中心,即可免费享受 28 项专业检测,为即将到来的“十一黄金周”用车做好准备。该活动将于 10 月 15 日结束。

据悉,检测范围包括发动机系统、变速箱系统、转向系统、刹车系统、底盘悬挂系统、空调系统、灯光、雨刮、喇叭等电器部件共计 28 项。同时还提供包括适当添加各种油液、检查轮胎气压、车辆外部清洗和内部清洁等免费保养服务,以及最新零配件的优惠方案。

马自达 3 10月全面复产

11月份重新到店销售,其背后暴露的是产销分离的矛盾

在马自达 6 大获得成功以后,马自达决定把马自达 3 导入中国。今年 3 月份,马 3 在多方联姻下实现国产并上市,由长安福特负责生产,由一汽马自达负责销售。然而,产销分离的矛盾很快便爆发出来,4 月份,长安福特和马自达相继对外承认了马 3 停产的事实。9 月 8 日,马自达中国方面对外表示,目前正在筹备复产工作,马自达 3 将在 10 月份全面复产,11 月份重新到店销售。

虽然围绕马自达 3 的产销权似乎告一段落,但是事件的背后如何解决产销

分离的现状还没有一个特别的说法,中间的结仍旧没有打开。

专家认为,此事最终解决途径可能有三种:其一,实现产销一体化,由长安福特自产自销马自达 3。这是一个最快的方式。其二,进行产销分离。但这样的安排,违反了《汽车产业发展政策》和《汽车品牌销售管理实施办法》中的有关规定,要重新向政府主管部门备案核准,解决的时间将拖长,并且政府会不会批准?如果政府批准,肯定就要保证生产企业的投资利益进行干预,相关各方就要谈判

切割利益,难度非常大,如果政府不批准,恐怕将无限期停产。其三,马自达与第三方谈合资。现行国家政策提倡新的项目中的产品要打自主品牌,那样,马自达又得不到它想要的好处。

按照目前的情况来看,生产厂商仍旧是长安福特马自达,因为短时间内,马自达不可能找到新的生产厂家,里面还牵涉到生产线的建立,成本太大,不符合马自达的利益和在中国的战略。在处理销售权方面相对比较灵活。

一汽轿车销售服务有限公司相关人士表示,在目

前长安、福特、马自达、一汽四方谈判进展比预想的顺利,四方达成了新的协议,重新明确经销权仍属于一汽马自达。其言下之意销售权可能归到长安福特名下,直接经营权由一汽马自达执行,这样才能绕过政府的相关条例规定,又符合各方面的利益。

专家认为,新的协议加强了长安福特的话语权,特别是在产品定价和销售权方面的权力,以及产品的销售利润份额。这里的产品不仅仅指现在的马自达 3,还包含以后的马自达版两厢版。 时报记者 马海燕