

赚钱还是花钱? 投资热左右车市

从今年一月份开始,股市热进一步升温,上证综指半年内从2500点飙升至4300点以上,股民们个个笑得眉开眼笑。楼市同样是艳阳高照,房价持续一路走高。与此形成反差的是,汽车经销商们在迎来一个短暂灿烂的“春天”后,车市的销售逐渐放缓。

2007的车市,到底将向左走,还是向右走?

◎本报记者 吴琼
特约记者 宦璐

今年上半年股市、房市节节攀高,唯独车市在3月、4月拉出漂亮的销售小阳线后,5月、6月销量直线下降。

哪此曾经想买车的人到哪里去了?是什么左右了购车人的消费?是车价是市场竞争?还是来自于其他市场的诱惑?

这些疑惑牵动着汽车企业的神经,牵动着关注汽车消费的投资者,也牵动着那些计划买车的消费者们。

来自乘用车市场信息联合会上半年的汽车销量数据显示,今年以来,大多数车型的销量波动很大,部分车型5月或6月销量仅为3月的一半左右。例如,今年5月,东风日产骏逸销量仅为600多辆,较3月份1500多台的销量大为缩水;上海通用的明星车型君越3月销量为7696辆,5月仅4765辆,6月继续下跌;上海大众的帕萨特4月销量11213辆,5月猛降至6886辆……

车市翻云覆雨的幕后推手,到底是谁?

或许这些场景能够部分解读销量的风云变换。

今年4月,在上海卢湾区图书馆工作的龚小姐,前两年套牢的股票不仅解套,还一不小心赚了20多万。赚钱之后,龚小姐多年来想买上海大众POLO的心愿也就提前实现了。



与龚小姐的幸运不同,4月刚从默尔本回上海工作的陆先生则相当不走运。陆先生原想买辆20万元左右的车代步,看到股市行情如此火爆,“基本上买什么涨什么,根本没有道理可言。”控制不了冲动的陆先生立马开户成为新股民,但不幸沦为套牢一族,买车的事被无限期押后。

上海五角场大众销售公司总经理林晓表示,股市就如同一把双刃剑,股市走强或走弱均会影响车市。春节过后,股市连续走强,一些原本不准备买车的客户在

赚到钱后纷纷前来买车。同样因为股市火爆,有的客户则降低了购车的预算,千方百计“省”出钱来继续向股市“进军”。他举了个例子,有一位客户原本准备买帕萨特1.8T,后来改成了买排量2.0升的途安,一下子省出了6、7万元钱投入股市。从4月过后车市转淡,五一“黄金周”也是不温不火的,旺季却感觉不旺。进入6月后,销售更是不断下滑。有的客户连合同都签了,经销商也准备好了车,结果因为客户的资金全部投入了股市,迟迟不能交钱提车。

房价、股价、车价,谁挤跑了汽车消费

从半年度的销量上看,小型车在股市风向标下所受的冲击最大。标致206的销量在4月达到顶峰,当月销量超过3200辆,到6月后一路下滑到1485辆;雪铁龙品牌的小型车C2,6月的数字也只有3月的一半而已。上海大众的POLO在6月的销量也比3月少了3000多辆,奇瑞QQ更是锐减7000辆。



持续火爆的房价,起起伏伏的股价,不断下行的车价,三者相映成趣。面对车市,有更多的消费者选择了持币观望,是什么挤跑了汽车消费热情?

“在某种程度上,股市和房市的走向会影响购车行为。”CSM高级汽车分析师黄哲睿认为,“如果短期内,人们对股价和房价走向有一个乐观的预期,就会放缓汽车消费的步伐。”

民族证券的分析师曹鹤并不认为股市会分流过多的汽车消费需求。他认为,股市的上涨和下跌,会造成短期内汽车消费停滞。比如,一部分人购买了股票,但套牢了,无法顺利地将在股市中赚的钱转化为汽车消费,因而短期内改变购车的决定。但从整个市场层面看,能有余钱投入股市或房市的人,通常拥有较高的收入,可能不是经济型轿车的消费主力,反而会在赚钱的财富效应下更可能购买中高端车。

黄哲睿则认为,在某些城市,资产价格的上涨会影响经济型轿车的销量。因为从目前的消费统计看,车价与年收入比大于3,即月收入在3500元至5000元左右的消费者,是经济型车的消费主力。

“尤其在内地二线城市,当车价与房价之比并不大时,很多人看到房价在上涨,可能会更偏向于追逐买房。”黄哲睿指出,“尤其是一些房价在4000元左右的城市,这种趋势将更为明显。”

按照中国目前的汽车金融环境,购车者较难获得汽车消费贷款,而购房则很容易获得7成左右的贷款。以一套90平方米的住房,每平方米4000元计,如贷款7

成,购房者的首付款不足11万元。首付款仅相当于一辆经济型轿车的总价。

对于并不富裕的平民百姓来说,在同等支出的情况下,选择预期可令财富增值的不动产,还是选择不断支出的消费品——汽车。其结果可想而知。

“小型车的潜在消费者资金量跟中级车的消费者相比,显然不可同日而语。股市一有风吹草动,首先受到打击的就是他们。”一位业内人士这样分析。

他发现,中高级车型的市场表现则与小型车迥异。雅阁、奥迪、凯美瑞等品牌的车型每月的变量也有几百台,多的也不超过千台,差距并不明显。

目前大量涌进股市的散户资金并不雄厚,他们是10万元级别的经济型轿车的潜在客户,他们入市不可避免会影响车市,部分人士已经推迟购买经济型轿车的计划;而20万元以上的高档车用户身价基本在100万元以上,一般拥有自己的实业,很多人没时间去炒股票,因此20万元以上的车型受股市影响不大。

另据介绍,以往10%的购车者会选择按揭,今年以来大概有超过30%的人选择按揭,增加的10%中至少有一半是把钱拿到股市的。还有一部分顾客为享受五一期间的购车优惠,先放下1万元订金买车,但是要拖到5月底才来提车,把钱留在股市,“五一期间已经有10多个订单都是这个情况”。有经销商这样反映。

除了未来赚钱的诱惑外,老百姓买车前还会考虑其它因素,如车牌价格、汽车使用费等。

摸不透的车市,该如何消费?

买还是不买?什么时机买?该买什么车?对于众多在汽车消费困境之外,渴望进入这座围城的人,仍是一个颇费思量

的问题。首先,众多汽车企业及专家均判断中国汽车市场将保持增长趋势,汽车企业的赢利水平也有望提升。

资深汽车分析师贾新光认为,尽管遭遇了5月、6月的销量下滑,消费者持币待购的现象比较严重,但持续增长态势不会改变。而东风本田、东风雪铁龙、广州丰田、马自达等厂家亦对下半年市场充满信心,并计划在2007年下半年提升新车产能。

如果汽车企业能延续上半年的利润增长势头,则这场汽车竞争风雨无损于投资者。据中国汽车工业协会的数据显示,2007年前五个月汽车工业重点企业(集团)累计实现利润总额237.68亿元,同比增长65.81%。

但对于买车者而言,事情却并不简单。买车则需要选择时机。因为汽车价格下降是大势所趋。7月3日,长安福特马自达正式对旗下最畅销的车型福克斯(两厢与三厢)进行大幅度降价,幅度最高达到1.2万元。此举对长安福特马自达而言是首开下半年降价之先,也是福克斯21个月以来首次全线调价。

尽管长安福特马自达此举有其新品开路之嫌。但老产品降价,新产品上市后,老产品再降价,如此周而复始降价循环已是业界规律。随着下半年新车密集上市期到来,部分消费者可能转而订购新车型,或持币等待老车型的降价。专家认为,下半年车价降幅或与上半年相近。

降价在所难免,想买车的人不妨好好选择一番——小型车还是中高级车?自7月起,中级车频频或价格优惠或降价。雪佛兰景程现金优惠高达1万元之多,这也是新景程上市以来上海地区的最高优惠幅度;老款标致307最高降幅超过1.5万元;新宝来优惠幅度达1.1万元到1.2万元。这时节,怎么能少得了东风日产,轩逸2.0L可返现金万元以上。而年底,新款雅阁、新蒙迪欧的上市,将再掀起轿车厮杀热潮。

如果内部竞争不够力度,关税下调也来凑热闹。7月,进口关税将下调3%,预计会对消费者和经销商的心理造成一定影响,并导致进口车降价,从而间接影响国产车价格。

好在7月政策高峰期一过,汽车市场的政策将变得平静。诚如国家信息中心徐长明近日所言,“今年7月、8月,中国汽车市场将没有重量级政策出台。”

迈腾上市 一汽大众“艰难复兴”

在万众瞩目中,一汽大众生产的首款大众品牌B级轿车(MAGOTAN)迈腾上周在京登场亮相,从19.28万元到24.98万元的务实定价,赢得业界的一片叫好声。承载一汽大众复兴重任的迈腾,能否扭转大众品牌多年来没有为公司带来足够的利润贡献的尴尬现状,并带领一汽大众迈向新时代?

◎特约记者 宦璐

迈腾之责

在CSM亚洲汽车资源公司分析师张豫的眼里,迈腾无疑是辆好车,未来会卖得很好。“因为中国的消费者都喜欢新车型,而在最近一段时间,能选择的中级车新车就是迈腾和新凯美瑞了。”张豫这样告诉本报记者,“而且迈腾的定价非常合理,具有很大的吸引力。”

国产迈腾刚刚亮相时,一位一汽大众的高级技术人员不无自豪地说:“迈腾的国产工作是一汽大众近年来对成本控制最成功的一次,也是最合理的一次。”一汽大众总经理安铁成在迈腾上市现场表示:“迈腾全系车型的推出,不仅丰富了一汽大众的产品结构,而且也使一汽大众成为国内唯一覆盖从A级到C级全系产品的成熟轿车生产基地。”

迈腾公布价格,在高手如云的中级车市场牵一发而动全身:上海大众抢先为迈腾调价,东风日产对新天籁的定价有了参照物,年底上市的新蒙迪欧有了更充裕的时间。可以预料的是,中高级市场价格将进一步跳水。

艰难时世

今年5月份单月销量,一汽-大众以终端销量35000辆的数字,三年来第一次压过上海通用和上海大众登上了乘用车销售月度冠军。今年1至5月份,一汽-大众累计市场份额8.5%,比去年同期提高了0.2个百分点,上海大众维持在去年8.7%的水平,整个大众中国的国产乘用车守住了17%的大盘。然而,形势不容乐观。

作为拥有全中国最豪华生产线和最完备车型的厂家,一汽大众的盈利能力一直为人诟病。如果不是奥迪在利润上保持贡献,一汽大众的成绩单会更难看。要想复兴一汽大众的领先地位,单靠一款热销的速腾显然无济于事,而迈腾的未来还不够明朗,它的战争线会拉得很长。

直接竞争对手广汽丰田凯美瑞就不容小觑,两者将在争夺华南市场贴身肉搏,价格甚至有重叠的部分。要获得市场的认可,迈腾无疑要用利润来换取,而同时又要对一汽大众保证一个稳定的利润贡献,这本身就有高难度。

前有追兵后有来者。同门兄弟兼竞争对手的上海大众则是在迈腾上市的前一个月就开始宣布领驭促销降价,到7月份,领驭1.8T手动豪华型原价21.48万元,现价19.98万元,降幅达15000元。上海有经销商感叹:“现在卖领驭,基本上都不赚钱了。从7月以来,领驭的销量已经在直线下降。”从技术上看,这两者竞争的理由很充分。迈腾和领驭同属德国技术,二者虽然身出同门,却基于不同的平台,领驭是PL45,而迈腾是PQ46平台,是领驭的升级产品。领驭的宽敞后座空间也胜迈腾一筹,加上这一个多月来的强势降价,看来领驭就是不想“拱手相让”于迈腾。

更严峻的是,到今年年底,新雅阁、新蒙迪欧等中级产品都将上市,这一领域的竞争将进入白热化状态。而间已经占据大量商用车市场份额的竞争对手对比来看,以个性化作为卖点,强调驾驶乐趣的迈腾,能否笑到最后,还需拭目以待。

