

经销商生存状况调查

行业景气不再 三成中国汽车经销商面临危机

◎本报记者 宦璐

上海3家4S店关门

本周,本报记者接到报料:作为上海地区最老牌的一家汽车经销商,和平汽车旗下的一家上海大众4S店已经离关门不远了。

据记者调查,上海大众和平康桥汽车销售服务有限公司的销售人员已经几乎全部撤离,销售热线电话也已无人接听,以前售出车辆的售后维修保养业务转由其他的4S店完成。和平汽车集团的网站更新也已于去年10月。

资料显示,创建于1993年的上海和平企业(集团)公司是工商总局正式批准的小汽车定点经营单位。在全盛时期,公司代理了国内外数十家著名汽车品牌,年销售额曾达十亿元,其倾力打造的多功能“和平汽车城”在业内也小有名气。

据知情人士透露,事实上,早在去年底,和平汽车城”就已经转让,和平的主营业务也转向了房地产,到了今年,和平旗下的4S店也选择了退出。

在上海其他经销商的眼里,和平退出汽车业务可以算是一个特例。没有跟上4S模式,发展慢了一拍。它打造的“和平汽车城”其实是国美大卖场模式,不是汽车市场主流的经营模式,经营上碰到很大困难。后来它也做了4S店,但品牌选择出现了问题,也没有能做好。当现金流出了问题后,只能黯然告别汽车业务。”

除了和平的4S店外,上海大众旗下另有家4S店也在近日关门大吉。在汽车金融专业人士陆先生的眼中,上海地区的汽车经销在某种程度上比其他地区更加激烈,汽车经销商出现洗牌的可能性也更大。

像有些二三级的城市,当地只有一两个经销商,他们在定价、市场策略上更有优势。但在上海,有实力的经销商太多,竞争也更惨烈。”

也并非只有上海、浙江地区的汽车经销商遭遇挫折,北京地区的经销商境遇也很类似。据北京北辰亚运村汽车交易市场中心总经理苏晖向本报记者介绍,该市场里有三分之一的经销商在“挺”,如果不卖了,亏损更大。大家都在等反弹的机会,如果明年能翻身,就会继续坚持下去,如果不能,他们将会转让店面。很明显,今年内情况已经不可能改观。

事实上,汽车经销商并无退出机制。苏晖介绍,在《汽车品牌管理办法》中,没有提供一个经销商的退出平台。一般破产的情况比较少,他们减少损失的办法就是转让经营权和场地。从市场经济的客观规律来看,汽车经销行业必然会出现“大鱼吃小鱼”,整合、收购会越来越多,行业会不断出现重组兼并。

汽车金融人士陆先生表示,在这一轮汽车经销商所遭遇的寒流中,手中有地的经销商还不算最惨的,那种租赁土地进行经营的经销商则有破产之虞。

各显神通寻生存之路

据苏晖介绍,由于高油价和高

在这个火热的季节,上海汽车业却传出了一条“冰冷”的消息:三家汽车经销商经营不下去了,退出汽车业务。在中国汽车产业链整体陷入低潮期之时,汽车经销商们成为第一个“撑不下去”的。

一位资深汽车市场专家对上海证券报表示,市场反弹的迹象几乎没有,汽车经销商都在“负隅顽抗”。

事实上,2008年的车市跟所有的人开了个玩笑:年初整个汽车业集体做着1000万辆的美梦,第一季度的车市表现让行业里里外外陶醉不已。但二季度刚过去,汽车业却发出了一声熊气十足的叹息。

其实,早在2004年,中国的汽车经销商已经经历过一次寒流的洗礼,“但那时是技术性下跌,反弹也很快恢复。很明显,今年的情况与那时截然不同,今年的车市萎缩是由宏观经济整体低迷导致,这种状况很有可能会延续1至2年以上。”业内甚至预测,2008年,中国将迎来经销商倒闭高潮,约三分之一的中国汽车经销商将倒闭或被兼并!

通胀的影响,今年车市悲观气氛弥漫,汽车经销商遭遇重重危机——销量不振、各项成本大幅上扬、融资困难和前期巨额投资难以收回等。

在这种情况下,一些经销商已经把目光转向了别处。在2000年前后入行的规模较大的汽车经销商们,他们不仅收回了投资,而且赚好了第一桶金。去年以来,他们就开始转投股市、房市。”

据苏晖统计,业务实现转型的汽车经销商在亚运村车市里占到20%左右。

而本报记者同时也发现,上海更有实力的汽车经销商也开始实施“差异化经营”。2008年6月21日,上海浦东新区的新国际博览中心首个5A级配套顶级智能商务大厦——永达国际大厦正式落成。它是上海实力排名第一的汽车经销商永达集团旗下第一个物业。

上海永达(集团)股份有限公司总经理蔡英杰向本报记者介绍,永达汽车已经走上了“外多元化的道路”。除汽车主业外,还发展“置业”业务——通过对土地资产的二次开发,实现新的收益。

如何挣钱?是中国汽车经销商正面临的“成长的烦恼”。据上海资深汽车经销商人士王先生对本报记者表示,事实上,今年以来,股市、房市的投资收益并不好,造成经销商的资金更加紧张。再加上今年销售环节利润大幅缩水,几乎赚不到钱。像上海最有实力的东昌汽车集团,今年上半年的营业利润巨幅缩水62%之多!而各项财务费用却有增无减。汽车经销商的日子已经苦不堪言!

在这样的背景下,经销商之间的存亡大战也进入到白热化的阶段。据该人士透露,现在经销商的战火已经蔓延到了售后环节。上海地区的经销商已经推出了“免收工时费或者打折”这样的优惠措施,在销售环节已经进入微利甚至亏损的今天,大家的目光都不约而同地盯上了售后服务这块“蛋糕”了,在售后维修保养服务开打价格战。

行业兼并重组将大量出现

汽车经销商今年碰到的窘境与2004年有着天壤之别。今年的寒流不会马上过去,2004年是高速增长背景下的技术性下跌,而今年是受宏观经济衰退的影响更大。”资深经销商从业人士王先生这样认为。

造成经销商困境的另外一个原因则是“产能倒挂”,即市场需求远远没有达到产量、产能的标准。现在几乎所有的主机厂都建设了第二工厂,产能超过35万辆以上规模的,该品牌的经销商的日子都很难过。现在相对较好的只有东风本田和长安福特这两个品牌的经销商。通用、一汽丰田今年都要完成40万至55万辆指标,很难保证他们不向经销商压库。我们可以看得到的,今年4季度汽车经销商还会死一大批。”

一个触目惊心的数据是,截至6月底,中国的汽车库存量达到了17万辆,创四年来的新高。

事实上,中国汽车市场的下滑并非独特现象。全球汽车市场在次贷危机、美国经济衰退、通胀加剧、油价高企等多重因素的打击下,都不可避免地进入了下降通道,景气不再。而中国市场则是外资汽车巨头眼里最后一块净土和争夺的焦点。在这样的情境下,欧美日的汽车巨头纷纷来中国扩产、抢占经销商渠道,投资、规模、产出处于一个失衡状态。这些合力积累在一起,使中国汽车市场不得不走下“神坛”。

中国汽车营销传播领域专家张志勇对上海证券报表示,今年4S模式面临很大的冲击,究其原因是在汽车生产者、销售者面临诸多经济困难的时候,产销之间的矛盾开始突出,以厂家主导的经销模式,致使厂家更倾向采取更加有利于自己的商务政策,比如采取向经销商压库的方式以摆脱自己的暂时困境。但是,当这种经济困难一旦持续时间更加长久或者更加严重的时候,这种对厂家比较有利的刚性商务政策,就会使得双方的冲突开始出现、加深,甚至不可开交,闹到分裂、诉讼。

2008年,正是这样一个困难重

重的年头,许多经销商都声称自己的销售形势逐月下滑,弱势的经销商开始在反思,某些厂商开始在谋变。虽然方式多种多样,但是有一点已经达成了共识:4S模式并不是唯一的经销模式。

也不仅仅是经销商遭遇挫折,整个汽车产业链都有很大困难,制造商、零部件供应商、销售环节都难逃下滑的颓势。”上海永达(集团)股份有限公司总经理蔡英杰这样认为。

业内人士指出,特别是下半年,整个汽车业还将面对更多的不确定因素。燃油税、新消费税等政策的出台,对汽车销售来说都属于重大“利空”消息。

更重要的是,正如中金公司分析师王智慧指出的那样,我们预计中国政府将较大幅度上调成品油价格,从而损害居民家庭的轿车使用支付能力。收入预期改变将使得购车行为延后。同时,在高通胀时代,包括汽车在内的耐用消费品的需求均被大幅度挤出。”

业内预测,2008年,中国将迎来经销商倒闭高潮,约三分之一的中国汽车经销商将倒闭或被兼并!在北京北辰亚运村汽车交易市场中心总经理苏晖看来,行业兼并重组在未来会非常普遍,“大鱼吃小鱼”,包括实力雄厚的外资进入经销商领域的现象会更普遍。

外资大鳄虎视收购机会

外资势力对中国的汽车经销商来说,从来都不陌生。

外资在中国汽车产业链各个环节的渗透令人触目惊心。其中,在建设4S店这一环节,外资更是通过一系列手段攫取高额利润。

时至2008年,汽车经销商面临新一轮的行业整合、洗牌,这对外资来说,会是一个“染指”中国汽车市场“零售环节”的最佳时机吗?8月1日中国《反垄断法》实施后,外资想通过简单的收购来达到扩张渗透的目的,就不那么容易了。这也是为什么外资急于进入的理由。资料显示,今后外资并购年销售额在17亿元以上的中资汽车销售企业,必须经过商



务部反垄断调查机构的审查。而目前国内较大规模的汽车销售企业年销售额均在数十亿元。

北京北辰亚运村汽车交易市场中心总经理苏晖对本报记者表示,像丰田通商这样的外资希望进入中国零售市场的意图已经非常明显了。但是,它未来是否会形成垄断,现在还判断不出来。目前的收购只能算零星现象。

事实上,牙尖利的外资决然不会满足于吃掉二三流的中国汽车经销商,而是对拥有一级流通渠道的本土龙头觊觎已久。在各个方面几乎都处于弱势的中国汽车经销商,本来就在和外资厂商的缠斗中处于下风,那么,在外资经销商的攻击下,未来几年,被收购兼并或者说合作,也许是不得不面对的命运。也许有一天,中国汽车经销业会像汽车制造业一样,由外资来唱主角。

而外资在中国的汽车营销领域也不无建树。

新华信咨询公司研究经理金永生表示,事实上,国内汽车经销服务行业从2000年开始之后的快速发展和整体经营素质提升,从某种程度上讲,有很大一部分就来自外资群体的贡献。

国外的经销商集团和中国香港、台湾的汽销商很多年前就已经在中国内地撒网布点,如今已经枝繁叶茂。典型的有香港的大兴、大昌行、仁孚、新丰泰,台湾的汇丰汽车、六和、裕隆、南阳、华菱汽车等,包括丰田通商、现代通商等也一样,大都在中国内地建立了二三十家以上的经销商,从而构成了相当庞大的规模。

然而,中国的汽车经销商行业也已经有了“巨鳄”若隐若现。其中,非常突出就是广汇汽车,目前在全国直接控股的经销商数量已经接近180多家。从全国范围来看,像广汇这样的间接控制众多经销商的集团数量在10家以内,他们才是有能力对行业版图产生影响,并与外资势力之间产生真正意义上的较量。

当然,要较量的前提是自身实力的不断积累、提高。提高效率、降低成本”还是硬道理。上海永达(集团)股份有限公司总经理蔡英杰这样认为,从粗放式的管理向精细化方向转变,这是经销商群体共同存在的问题。”

在谈到“外资的进入到会带来多大影响”时,蔡英杰显得有些成竹在胸。某种程度上看,强龙难敌地头蛇”。我们有我们的优势,他们成本高、运营成本高,但经验丰富,管理能力强。对我们来说,多一个竞争对手不是坏事,这对我们管理能力的提升也会有裨益。”

记者观察

汽车金融: 经销商最后一根救命稻草?

◎本报记者 宦璐

上海一位资深汽车经销商对上海证券报表示,今年4季度还会有大批的经销商死掉!

并非危言耸听。

他的分析依据是,其实今年上半年,厂商们向经销商压库的力度并不大,而到第四季度,如果全年的指标完成不力,那么,厂商肯定会压库,这会使得本来资金就紧张的经销商彻底“崩盘”。

一个值得注意的现象是,越来越多的海外资本开始涌入,丰田通商、美国三大汽车经销商集团之一的NAG、欧洲最大汽车销售集团之一的奥地利保时捷控股公司、美国新桥等外资,已经通过股份合作、风险投资等形式悄然潜入中国,它们等待的是低成本快速收购渠道的机会。

上海永达(集团)股份有限公司总经理蔡英杰对本报记者表示,丰田通商现在收购的还是丰田的经销商,它想进入零售领域的意图已经非常明显了。不止是丰田,美国的制造商也想进来。虽然现在中国高速发展的汽车工业进入了低谷期,但这改变不了中国这个巨大市场带来的诱惑,现在的下滑则是创造了一个最好的介入时机。他们要进入的想法,也是正常的。那些独立经营、规模很小、单一品牌、方向不明确的经销商,很容易成为他们的收购对象。

而国内的汽车经销商们只能束手待毙吗?一个悄悄发生的事实是,汽车金融正被车企视作抵御低迷的救市法宝。近期,除了有汽车金融业务的公司推出了零利率、零首付等汽车信贷业务,一些没有金融公司的车企也纷纷找银行合作推出各种优惠贷款业务。

据东风日产汽车金融有限公司高级市场专员陆少波对上海证券报表示,运营资金紧张是经销商碰到的最大问题。而汽车金融公司的存在,对经销商的帮助很大。特别是一些小规模的经销商,从银行贷款有困难,而我们通过评估,通过“库存周转天数和销售量”这两项指标的评估,向他们提供800万至2000万的全额贷款。

东风日产汽车金融公司成立的时间并不长,但发展得很顺利,超过了他们的预期。合同件数和区域渗透率都有了积极的增长。

不久前,北京奔驰-戴克宣布推出“低息购车和免息升级”个人贷款方案;紧随其后,克莱斯勒铂锐、300C推出为期3个月、最低首付455万元的“低息购车”解决方案,一汽丰田推出“低首付贷款+汽车回购计划”……面对不断加剧的竞争、冷清的车市,豪华车也开始祭出金融利器,夺取市场份额。中高档、豪华车的拼杀,已然进入一个新的营销时代。

事实上,从2005年国家第一次银根紧缩后,经销商贷款变得艰难起来。伴着此前在特定环境下成长起来的汽车信贷中介公司逐渐退出历史舞台,很多小经销商面对厂家“钱到车到”的严苛规定,因无法再从银行获得贷款支持,退出了经销商的队伍。

据了解,我国汽车金融公司发放贷款的利率,只能在中国人民银行公布的法定利率基础上最高上浮不得超过30%、最多下调不得超过10%。目前我国一年期贷款利率为7.47%。买雪佛兰可享受首付3成;买凯越“零利率”;首付50%,一年后首付50%,每天只付81元,即可将新凯越开回家……近期各种贷款买车优惠信息纷纷出台,让想放弃买车者又“蠢蠢欲动”。业内人士认为,正是车市低迷让车企祭出了贷款买车“贴息”等各项法宝。而汽车金融产品正变得越来越灵活、成熟,进入全面升级的阶段,从而在车市冷清之时为销售注入了活力。

