



中高级车市掀起降价狂潮

上周,杭城中高级车市优惠加大,凯迪拉克卡 CTS、沃尔沃 S40 奥运限量版、克莱斯勒 300C 优惠均超 4 万元。凯美瑞受到竞争对手雅阁降价的影响和《反垄断法》出台的双重压力,降幅近 2 万元。凯美瑞的大幅降价,也给君越的销售带来了影响,目前君越降幅已达 4 万元。相比之下,多功能车越发受消费者青睐,在紧凑级车市普遍掀起降价热潮的今天,骊威仅小幅让利 3000 元。

凯美瑞降价一马当先

在价格上一直不给予太大优惠的凯美瑞最近价格开始暴跌,日前笔者从二级经销商处了解到,凯美瑞的优惠幅度已经“高涨”了近 2 万元!

据悉,我国的《反垄断法》即将实施,其中第十四条规定:“固定向第三人转售商品的价格”以及“限定向第三人转售商品的最低价格”均被认为构成了垄断协议,经营者将被处罚。从中我们可以了解到,当厂家如果限制经销商给出的最低卖价,那么他们将会受到处罚。

而丰田成为了第一批响应“国家号召”的汽车企业。近日,广州丰田宣布,为了主动应对《反垄断法》的实施,在近日开始取消经销商不得跨区域销售的规定。该规定一出,各地的经销商开始纷纷调价,坚挺了近两年的凯美瑞价格应声而落。

据了解,在广州丰田取消经销商限价的规定后,杭州凯美瑞的价格下调了近 2 万元。据销售人员透露,之前广州丰田有一定的促销活动,但是很少出现大的降价举措,凯美瑞的价格体系从上市到今年 7 月初都一直比较稳定。目前在折扣价上还接受议价,并有礼品相赠。

凯美瑞有 2.0 L 和 2.4 L 两种排量可选,拥有尊贵的外形,舒适的内部空间。作为一款有着连续十几个月蝉联中高级车市销量冠军辉煌战绩的车型,凯美瑞本不需要靠如此大幅度的优惠来维持市场,此番的价格变动,实在是几大因素联合逼迫下的无奈举动。作为第一家对《反垄断法》做出反应的汽车厂家,市场也给予了积极的回应。笔者从广州丰田元通城北店和绍兴路全通店了解到,目前凯美瑞的库存两家店都在 100 辆左右,已经低于警戒线。

中高级车市连锁反应

凯美瑞价格一动,引起中高级车市连锁反应。上周,君越、致胜、锐志等车型都加大了促销力度。君越是一款不折不扣的美国车,不光外形大气,降起价来也很豪爽。上周,君越的最高优惠价已经从此前的 2.8 万元扩大到了 3.2 万元,如 2.4L 豪华导航版已经从 24.98 万降到了 21.8 万元。

作为别克品牌中高档级别的车型,君越一上市就成功地接替了君威的位置。君越大气流畅的外表和不高的价格定位,对于商务用车消费者来说相当有吸引力。不过,面对中高级车市凯美瑞与雅阁的腾腾杀气,为了能紧跟其后不被甩掉,君越的这股降价势头还会持续下去。

来自长安福特马自达的最新消息,自 8 月 1 日起,已废除最低限价和限价销售规定。杭州市场蒙迪欧致胜的价格应声而落,优惠幅度从 2 万 -2.5 万元扩大到了最高 3 万元。上海大众方面称,正在通过与相关部门沟通,对《反垄断法》的具体内容进行研读,相信很快就会有回应。

此外,杭州市场上荣威 1.8T 最高也出现了 8000 元的优惠。06 款凯旋有 2.2 万元优惠,还赠送价值 5000 元的清凉套装。铂锐的促销力度从此前的 6000 元攀升到了 1 万元。

在这轮厮杀中,目前只有新一代天籁没有出现价格松动。我们从东风日产杭州的几家 4S 店了解到,新天籁目前在杭城的销售状况非常火爆,不仅没有现车,各型号订车时间最长更需 1 个半月。在这样的态势下,新天籁的价格坚挺也就不足为奇了。

中高级车市不降价车型

然而,总有一些车型的表现是那么“特立独行”,降声喧天的队伍中并没有它们的影子。降价和不降价这两种截然不同的态度,都成了试图挽救低迷车市的“救命稻草”,究竟哪根“稻草”更有效,还需市场的检验。

广州本田——新雅阁

售价:18.18-33.98 万元

不降价理由:第八代雅阁在空间设计、安全性、动力性能、操控性以及环保等诸多方面超越了历代的水平,是雅阁 31 年品牌历史的巅峰之作,因此也获得了“史上最强雅阁”的美名。目前,广州本田第八代雅阁在经销商处依然没有出现任何优惠,加价销售的情况也基本不存在。由于新雅阁销售比较火爆,部分车型颜色还需要预定,2.0 现车较少,卖都不够卖,实在没有降价的必要。

上海汽车——荣威 550

价格:14.28-18.98 万元

不降价理由:“全时数字轿车”荣威 550 2705mm 的超长轴距已经接近 B 级车的尺寸,此次上市的 5 款 1.8T 车型全部采用引擎智能一键启动系统,全部标配 GPS 系统及 SCS 六位一体电子安全系统(配置全面程度超过标准 ESP 系统,在配置上荣威 550 的超级全面性足以笑傲同级车市场。另外,荣威 550 动感、时尚的外观和内饰设计也是其获得许多消费者青睐的原因。

而从上汽的产品战略规划来看,荣威品牌定位一直走中高端路线,550 在树立品牌形象和产品口碑上的作用也尤为重要,以良好的产品综合性能配合

稳定的市场售价,提升市场知名度和美誉度正是为目前最好的方式。

北京现代——伊兰特悦动

售价:10.98-12.98 万元

不降价理由:悦动相比老款的最大变化是在车身尺寸方面,全身都有了较大的提升,行李箱更是比现款车型增加了 107L,增加到 475L 的容量。这种增大是顺应目前我国的新车消费潮流的,它不仅能够为消费者带来更舒适的乘坐空间,而且也满足了国内部分消费者偏好“大车”的面子观念。

悦动的改变迎合了时下的潮流,因此才会有那么多人愿意掏腰包。悦动上市不久,新凯越也横空出世,但是略微显高的售价让人们更愿意保持观望状态。鉴于上市以来不错的表现,加上还算务实的价格,悦动在价格方面自然要保持坚硬的形象,而随着竞争的加剧,这样的坚硬价格能维持多久还是一个问号。

上海大众——朗逸

售价:11.28-14.98 万元

不降价理由:上海大众有关人士多次表示,降价不是惟一的竞争手段。从目前国内紧凑型轿车市场的格局看,10 万到 13 万元的市场区间主要是上海通用新凯越和北现伊兰特悦动两款车型占主流。12 万到 15 万元的价格区间上竞争格局却并不明朗,长安福特福克斯、标致 307、马自达 3、Octavia 明锐等一片混战。11.28-14.98 万元使得以品牌、配置、空间作为卖点的朗逸将对中端 A 级车市场形成强有力的冲击。极具竞争力的价格优势,相信上海大众不会轻易出降招。

