

上海大众打响牛年“官降”第一枪 众汽车厂商谨慎应对降价

文 / 华晨

上周上海大众高调宣布了调价计划,针对旗下部分车型实行最高 2.4 万元的降价销售策略。上海大众此举一石激起千层浪,各方媒体纷纷评论。作为去年销量亚军的上汽大众,带着刚受购置税“庇佑”的 POLO 车型今年入春就大降,力度可谓不小。更多人关心的是,上海大众之降会成为价格战的导火线吗?



从传播效果来看,上海大众这个最高 2.4 万元的降价确实有令人心头一震的效果,但当今车市并非三四年前的,别说购车者对于降价早已麻木,习惯于自负盈亏的经销商们对于实际车市价格有一本账。价格以市场需求为导向,厂方指导价已成为名副其实的“指导”,而不是“定价”。经销商自主控制的“游击型”价格战不仅范围小、命中率高,方式和速度也更为灵活。此前购置税新政实施,不少小排量车型价格随即上扬就是佐证。因此对于官方降价,杭城一些经销商都以“大多数车型早已实行该价格”来评论。

而细看此次降价车型,与 2007 年 3 月上海大众的降价如出一辙,除了 POLO 劲情劲取、途安之外,只是将桑塔纳 3000 换成了桑塔纳 VISTA。不同之处在于,2007 年率先降价的是一汽大众,而此次则是上海大众带头。由此可见,一汽大众跟进降价的可能性较高。此外,虽然此次最高降幅达到 2.4 万元,但涉及车型中并未有 A 级车与 B 级车市场代表性产品斯柯达明锐、朗逸与帕萨特领驭。实际上 2005 年 8 月之后,上海大众每次大行降价活动中均没有帕萨特的踪影。因此光靠价格略高的 POLO 与大市场占有率小的途安降幅,仍难在真正意义上对同级别车型销售产生影响。

虽然大家都看好 3 月将会有一波“官降”潮,但笔者了解到,大多数品牌对于上海大众的降价行动都表示观望。这与几年前大厂降价,主流品牌纷纷跟进的情况截然不同。业内人士分析,当前厂商对降价策略更为谨慎。

业内人士表示,介于中低端车市的利润空间已经有限,因此今年贯穿车市的整体“价格战”打响可能性很小。预计今年 4 月份上海车展前后将是车市营

销战的攻坚时期,除了降价之外汽车金融、科技配置、精准定位等复合型营销都将是车市看点,而车市降价重心将集中在 15 万元以上的产品。

一汽丰田:不会跟进

对于此次上海大众的降价,一汽丰田表示,目前没有任何跟进举措,一汽丰田将视相关政府政策、市场具体变化再定策略。据了解,一汽丰田高层目前正在紧锣密鼓地走访全国各大城市经销商,了解一线的市场情况,掌握第一手实际资料。从全国范围来看,此前出台的 1.6L 及以下排量购置税减半政策,惠及一汽丰田旗下众多车型,例如卡罗拉、花冠、新威驰等,在利好政策的带动下,销量节节攀升。

在即将到来的 3 月份,一汽丰田将按计划,积极筹划 RAV4 上市的相关事情,使其 4 月份能顺利上市,同时,还将筹备即将到来的 4 月份上海车展。

长安福特:福克斯可下调万元

上海大众降价的消息公布后,长安福特表示,目前长安福特没有任何降价促销计划。

下个月即将上市的全新嘉年华是目前长安福特的工作重点。据悉,新嘉年华将搭载 1.3L 与 1.5L 排量的发动机,虽然目前无法得知其准确售价,但此排量设计完全符合此前出台的 1.6L 及以下排量购置税减半政策,外形设计时尚,它将会是长安福特全新亮点。

与此同时,未被政策惠及的福克斯,经销商表示终端售价可以下调近万元,而此前坊间流传的福克斯将搭配 1.6L 发动机的消息,也被市场相关人士断然否决。

广州本田:静观其变

针对上海大众此次降价,广州本田相关人员表示,厂方对此没有任何应对策略。

而从广州本田经销商处了解到的消息来看,目前广州本田旗下的新飞度、锋范等各车型价格坚挺,这主要是因为此前出台的 1.6L 及以下排量购置税减半政策对其市场销售有积极的作用。目前,经销商能做的,就是将政策的积极作用发挥到极致。

但经销商同时表示,上海大众此次降价的市场效果短时期内不会马上显现,无论是厂家还是经销商,都无法准确预测出其市场影响力到底有多大,大家都在静观其变。

上海通用:未置可否

作为上汽集团旗下的另一员猛将,上海通用对上海大众的降价行为不置可否,其公关人员表示,这不过是企业很正常的市场行为,上海通用不会跟进,而且目前也没有任何价格调整计划。

2009 年上海通用汽车将进入“多品牌、全系列”新时期,将重拳发力推出三款重量级新车,分别为凯迪拉克新 SRX、别克新君越和雪佛兰科鲁兹,近期上海通用正在筹备即将到来的上海车展以及新车上市相关事情。

从上海通用经销商处了解到,此次上海大众降价对其别克、雪佛兰品牌无甚影响,经销商并未因上海大众调价而加大优惠力度。

东风日产:按既定计划做

“我们注意到上海大众整体降价的信息,当时我们正在举行全国经销商大

会,我们会按照既定计划执行 2009 年的营销计划。”上周,东风日产市场部有关人士表示,上海大众官方降价的车型集中在其产品结构的中低端,像帕萨特领取这样的车型就没有涉及,这种降价可能会对上海大众冲击全年的销量有所促进作用,但对东风日产的影响不大。

1 月 14 日,中央政府出台汽车产业振兴规划,涵盖提升产业竞争力和刺激消费两大方面。其中,最为引人注目的是,从 2009 年 1 月 20 日至 12 月 31 日,对 1.6 升及以下排量乘用车减按 5% 征收车辆购置税。巧合的是,去年,在东风日产产品结构中,市场表现最为突出的骐威、TIIDA、轩逸等这三款纵置小型车、中级车、家庭轿车细分市场的车型均为 1.6L 黄金排量车型。

2009 年,是东风日产的品牌年,东风日产将全面发力,实践“技术日产人车生活”的品牌愿景,为消费者提供“舒心驾乘、放心品质、感心服务”的三维价值。“在 2009 年,我们希望从打造品牌里面已有的口碑、技术的日产,在品质上面,在服务方面,特别是在服务方面,能够把我们打造成为替顾客提供移动生活全面解决方案的公司。”

奇瑞汽车:降价计划属例行措施

刚划分为三个营销公司不久的奇瑞汽车已拥有自己新年车价优惠计划,让利幅度为 2000—11000 元。不过奇瑞人士坦言虽然确有降价,但与上海大众的降价并没有任何联系。奇瑞汽车表示,今年自己要推多达 16 款全新或者改款车型,因此自己营销重心将主要在新能源车方面,降价计划属于例行措施。