

## 前2月汽车销量同比跌四成

# 车企全面复产,买车好时机即将来临

本报记者 林燕

阳春3月,车市好消息不断,特别是上周,疫情最严重、占全国产能近9%的湖北车企纷纷复工复产,至此,全国车企基本复工复产。

杭州车市也是稳步回暖,新车销量节节攀升。“展厅客流是从3月初明显多起来的,但还只是去年同期的三分之一左右。”汽车营销专家、浙江米家集团总裁张建业表示,从客流转化成订单需要一个过程,3月15日后展厅成交率开始快速回升,但受疫情影响,车企前期都只是部分复工,部分车型恢复生产,因此,未来车市会出现部分新车断供现象,预计汽车销量全面恢复将在5月。



### 前2个月车企产销下滑 厂家不压任务

“我们2月一共卖出18台车,与平时一个月二百多台的销量没法比。”说起2月份的车市表现,某美系品牌4S店的销售总监汪先生表示,2月春节加疫情影响,这个销量也是早有预料的,相信后面会好起来。

受新冠肺炎疫情影响,2月车市成了近年来最为惨淡的一个月,杭州大部分汽车4S店2月份都只卖出两位数或个位数的新车。

这一数据也与全国类似,来自乘联会的统计数据也表明,2月全国狭义乘用车销量25.23万辆,同比跌78.5%。前2月,全国乘用车累计销量196.8万辆,同比跌41%。“2月,因疫情我们一直到15日才开门营业,刚开始员工只到位三成,所以抗疫的同时,能卖几辆是几辆。”日系品牌4S店总经理陈先生表示,好在1月销量还不错,2月和3月,厂家都没有压任务,所以近期卖车的压力并不大。

### 3月车市之春可盼 全国车企基本复工复产

进入3月,疫情防控形势明显向好,特别是疫情最严重的湖北,每天新增病例下降到了两位数。因此,在停工一个月后,占全国汽车产量近9%的湖北车企,终于传出复工复产的好消息。

“3月11日,上汽通用在武汉的两个制造厂都复工复产了,加上2月中旬就复工复产的上海凯迪拉克工厂,上汽通用所有制造工厂都复工了。”业内人士告诉记者,几乎同时,东风乘用车、武汉神龙汽车和襄阳神龙汽车等整车及零部件企业的复工申请都获得批准。武汉车企的复工对行业意义重大,表明全国汽车制造行业已基本实现复工复产。

“我们3月单店销量估计会达100台左右,环比增长七八倍,但同比依然会下降不少。”杭州某日系品牌店总经理王峰表示,疫情也打乱了不少车企的推新计划,包括不

少新车的更新换代。

### 政府和车企“花式”补贴 买车最佳时机到了

汽车产能全面恢复要到5月后。张建业表示,一台汽车有着3万多个零部件,因疫情对物流和零部件供应的影响,前期复工复产的车企恢复产能都只是以前的二三成,另外像武汉汽车制造恢复生产后,还有一个发运的过程。因此,不排除部分车型接下来将有断供的可能。

据了解,作为全球第一大汽车市场,中国车市已连续出现了两年负增长。如今加上疫情影响,业内专家普遍预测,全国乘用车市场3月、4月销量或将同比下滑50%、30%。

如果没有强力的刺激政策,今年车市有可能从前期预测负增长5%扩大到负增长8%。为此,国家和地方政府已开始想方设法提振汽车消费。近日,商务部鼓励各地出台促进新能源汽车消费,增加传统汽车限购指标。这引发了消费者关于放开汽车限购的新期待。同时,部分行动快的地方政府已开始出台政策,如佛山市政府拟对消费者在当地“注册登记的汽车销售企业购买‘国六’标准排量汽车给予资金补助”,每辆车补助2000元到5000元不等;广州市政府则向新能源汽车购买者提供1万元补贴。车企也纷纷跟进补贴,如广汽本田对购买VE-1最高享受3.6万元补贴。在广本商城或天猫旗舰店下订增购或换购车主,可额外再享受1万元补贴。

接下来,将有更多的政策出台,也有更多的品牌跟进促销,对消费者来说,或许买车的最好时机即将来临。

## 面对疫情大考 一汽-大众奥迪展现硬核实力

文/颜一颀

2020年伊始,新冠肺炎疫情打乱了全国上下的节奏,牵动着亿万人民的心。面对疫情,一汽-大众奥迪在积极履行社会责任的同时,一手做好疫情防控,一手安排好生产和销售工作。不但积极保障经销商的权益,还用心为用户服务,体现了重压之下品牌的硬核实力。

### 4000万元驰援灾区 严格防控保障复工

在疫情爆发之初,一汽-大众奥迪体系在第一时间行动起来。旗下奥迪、大众、捷达三大品牌,向发生疫情的地区累计捐赠金额达4000万元。

在助力抗击疫情的同时,一汽-大众奥迪也没有放松生产和销售。早在2月3日,一汽-大众奥迪就利用远程办公的方式,启动了全员复工。与此同时,全国五大基地积极准备复工。

2月17日,长春、成都、青岛和天津工厂也相继复工复产。其中,长春基地5条主要生产线中的4条完成复工。

一汽-大众表示,在做好疫情防控的同时,将努力完成全年生产销售目标。

### 减负经销商 数字化转型

疫情期间,终端线下集客受到较大冲击,一汽-大众奥迪的经销商也面临较大的销售、经营压力。

品牌通过一系列考核政策调整和销售政策支持,助力他们全力应对疫情冲击,并为疫情结束后的市场回暖积蓄势能。

此外,一汽-大众奥迪加快数字化转型,调整营销策略。全面开通线上4S展厅,通过智能看车、在线下单、零接触交车以及打造强音计划等方式,为用户提供健康、优质的购车体验。



### 全方位关爱 保障用户服务

在关怀经销商的同时,一汽-大众奥迪对车主提供的服务也全面升级,旗下品牌已开通24\*7上门取送车维修保养服务和金融业务线上办理服务。

值得一提的是,一汽-大众奥迪还为一线医护人员特别开启“白衣天使关爱礼遇”。

### 瞄准2020 23款产品蓄势待发

根据中国乘用车市场信息联席会的统计,1-2月全国乘用车市场零售同比下降42%。

在这样的大环境下,一汽-大众奥迪销

售逆势向上,1月完成销量63,988台,同比增长0.2%,成为少数正增长的品牌。

2020年,将是一汽-大众奥迪产品矩阵全面布局完成的关键之年,今年将有多达23款全新产品。

今年的产品包括全新车型、改款车型、衍生车型等全方位产品,涉及到了轿车、SUV、性能跑车、旅行车在内的多种类型,不乏全新奥迪A6L TFSI e、新奥迪A4L、全新奥迪Q7、全新奥迪Q3 Sportback等重量级新车。

2020年注定了将是充满挑战的一年,一汽-大众奥迪在难关面前的快速反应能力,在保障防疫同时制定全方位战略的执行力,关怀社会、客户、员工、经销商的担当力,无不体现了其作为一家主流豪华品牌的格局和境界。

