

4S店应逐渐抛弃奢华路线

前段时间，车企与经销商之间的矛盾似乎不经意间被引爆，孰是孰非还处于公说公有理、婆说婆有理的状态。事件的诱因是汽车销量增速放缓后，经销商收益减少，此前种种不满被释放出来。不可否认，在目前的车企与经销商关系中，车企强势地位异常明显，经销商地位则可谓接近于无。这使得经销商失去了个体属性，成为车企的一部分，被命令成为必然。各种合理或不合理的要求，经销商都只能照单全收，而不合理的要求日积月累，就成为了火药桶。

不过除此之外，也要看到，当前奢华的4S店模式也为上述矛盾埋下了祸根。

4S店模式能够大规模替代大卖场主要是消费升级的结果，其较大卖场功能更全、可信度更高。但4S店模式逐渐被异化，一味向着“高大上”的方向发展，被赋予了更多的含义——占地面积越来越大，装修越来越豪华，人员配备也越来越多，甚至有些4S店的水龙头都是进口的，奢华一度成为4S店的标签。当然，奢华的4S店对车企品牌的塑造功不可没，也确实为消费者提供了更为舒适的环境。但奢华4S店同时意味着巨额投资，日常运营支出也是不菲，特别是一些豪华品牌4S店，动辄就是几千万的投资。这些投资在车市红火的时候，短短几年就可以收回，

但目前车市趋冷，销售环节属于微利或亏损状态，巨大的支出和微利之间形成了显著落差，经销商的情绪波动也就可以理解。

在车企强势地位尚无法撼动的前提下，开源节流是经销商目前摆脱经营困境的方法之一，4S店要回归本源，回归到销售和售后服务功能上来。当然也不是说要把已经建好的4S店给拆了，而是应全面梳理4S店经营体系——对运营贡献大的继续投入，一些作用微乎其微的要果断改变或抛弃，特别是一些华而不实的措施或投入要重新评估，瘦身应是4S店未来的发展方向。

改变目前4S店的奢华路

线，需要车企减少一些对销售和服务支持不多的条条框框，在符合品牌规范的前提下，给经销商更多的自主权。这既能减轻经销商的资金负担，也符合未来的发展趋势。同时，在获得更多自主权后，经销商应发展自身品牌，既有利于车企品牌建设，也为自身发展提供了基础。将市场交还给市场，市场的大手会给经销商指明方向。

无论是4S店模式，还是大卖场形态，都是为汽车消费者提供服务，模式只是载体，服务才是本质。适应当前形势的就鼓励发展，不适应的就要改进或淘汰。目前，奢华的4S店已经威胁到了经销商自身的生存，是时候改变了。据新华网

宝骏 730 1.8L 豪华导航版上市

2015年1月6日，上汽通用五菱再推一款全新配置的“7座家用车”，宝骏730 1.8L豪华导航版，售价8.98万元。新车不仅配备了博世ESP、GPS导航等科技配置，还使用了世界领先的Continental马牌轮胎。

宝骏730所搭载的SGMW 1.8L VVT-iTECH全铝发动机是上汽通用五菱主导设计开发，专门为宝骏730量身定做的一款大排量发动机，具有低转速、高扭矩的特点，配合5挡手动变速器，可输出101Kw的最大功率，以及186Nm的最大扭矩，动力输出达到主流合资2.0L发动机的水平。在保证强劲动力输出的情况下，VVT-i技术、轻量化全铝缸体，使得这款1.8L排量、7人乘坐的家用燃油车油耗仅为7.6L/100km。

搭载在宝骏730上的马牌MC5系列产品，是马牌专为亚洲用户设计的低噪运动型豪华车轮胎，其滚动降噪、胎面刚性、含硅技术、仿生花纹是马牌独有并领先的技术。顶级的设计及工艺，可以赋予宝骏730 1.8L车型非凡的静音效果，经济的燃油消耗，抓地强劲的安全性能，以及超越同级的操控水平。

作为一款专为中国家庭打造的“7座家用车”，宝骏730提供两个排量共计5款车型，在6.98万—8.98万元的售价区间满足中国消费者的多样需求。同时，上汽通用五菱超过2600家销售服务网点、10公里服务半径、1小时服务响应、24小时道路救援，更可以给予用户便利服务及可靠保障。本报记者 高亚华

别让公车拍卖造成“二次伤害”

公开信息，“车牌分离”，全程监督，这一轮中央公车拍卖，有望在阳光下进行。下一步，保值的资产如何处置，拍卖得来的钱用到哪里，同样必须是一笔公开账目。

16日，国家机关事务管理局透露，中央层面取消的3184辆公车已全部封存停驶，将分期分批公开拍卖，阳光处置，全程接受各界监督。今年春节前，将正式启动第一批约300辆车的拍卖，所拍卖车辆“不带牌”，严格遵守“车牌分离”原则。这一表态，是对社会上一些“拍卖猫腻”说法的有力回应。之前，在有些地方公车拍卖中，确实出现了“白菜价”“废铁价”，甚至有内部人参与收购，让公车改革反倒成了国有资产的流失。此番中央机关公车的阳光化拍卖，

将会形成有效的示范作用。

公车膨胀之弊，无须赘述。一些“衙门”，无论大小，也无论工作是否需要，都超标超规格配置大量公车。不仅购置公车耗费了大量公帑，每年的使用、维修、保养，也常常搞出来天文数字。八项规定、转作风以来，公车改革步步为营，力度不断加大，让民众看到了狠刹“车轮上的腐败”的决心。正所谓开弓没有回头箭，这场改革必须以取缔、拍卖显示出最大的决心与诚意。

然而，封存公车只是第一步。如果把公车滥购、滥用作为对民众的“一次伤害”，那么公车拍卖中的暗流涌动，就是对民众的“二次伤害”。事实上，对“质优价廉”的公车，有一些人早已盯上，若不严加防范，很可能羊入虎口，把公车这种公开

的浪费，转身变成中饱私囊的勾当。彼时，改革未见老百姓得实惠，反倒成了特殊利益集团的囊中物，这将对政府公信力产生伤害，影响更为恶劣，也更难挽回。

正因此，各级政府的公车拍卖，受到公众的高度关切。这次阳光处置的亮点包括，一是公开招评标，搞清楚3184辆车的底细，哪些不能用，按规定报废，哪些还能开，就立即进入拍卖程序；二是引入审计、纪检和社会力量的监督，把每个环节都放在阳光下，“绝不针对公务员搞任何照顾”；三是一切信息都放到网上公开，车辆的年限、车况，委托的拍卖机构资质，没有任何的例外。

这其中，最引人关注的，还是“车牌分离”，就是说不带牌照拍卖。换言之，想买公车必须摇号、有指标。在北京，比车辆更

稀缺的，是号牌资源。在限购条件下，拥有号牌的是不确定的少数人，这也为公车拍卖的公正性提供了保障。只有通过摇号系统公正获得号牌的人，才有机会参与拍卖，这种前置环节的公正约束，有力避免了可能的暗箱操作。毕竟，想玩猫腻，买低价车，又能同时摇到号牌的，客观上的概率极小。

公开信息，“车牌分离”，全程监督，这一轮中央公车拍卖，有望在阳光下进行，会带给民众对改革更多的信心。拥有号牌，便有买到公车的可能，唯此方能保证国有资产的最大化保值。下一步，保值的资产如何处置，拍卖得来的钱用到哪里，同样必须是一笔公开账目。当政府部门习惯把一切信息公开，权力才会敬畏权利，权利反过来才会拥护权力。据新华网

GA6 助力广汽传祺 节前热卖

新年伊始，各大车企按惯例开始进行上一年年终总结，公布销量数据。2014年自主品牌因遭遇“12连降”，全年销量表现集体遇冷。但对传祺而言，2014年却是跨越腾飞之年，一年之内推出传祺GA3S视界、GS5速博及GA6三款新品，全年劲销11.68万辆超额完成目标，同比涨幅高达41%。其中，传祺GA6在核心技术革新和工业设计方面突破，到店后广受热捧，为2015年的热销创下良好开局。

传祺GA3S·视界上市仅4个月，月销量已突破1万台，在竞争白热化的A级市场与合资车型抗衡；传祺GS5速博率先突破高端SUV市场，上市首月订单便超3000辆；年末推出的传祺GA6，上市后意向订单亦纷至沓来。

2014年刚刚结束，2015年传祺已燃起热销之势。1月，“新时代精英座驾”传祺GA6开始陆续到店。由于现车不足，广州、郑州、成都、济南等一、二线城市甚至出现车主为提前提车而加价现象。

一直以来，“加价提车”一直是合资品牌的“专利”，中高端市场也一直为合资所占据，自主品牌只有以“低价”维持销量份额，在低端市场谋求生存之地。传祺GA6能够在中高端市场赢得认可，让消费者愿意高价买单，实属不易。

“传祺GA6颠覆了自主品牌‘低质低价’的固有形象，演绎了中高端品牌性价比神话，按照目前态势，它更将成为传祺2015年热销新势力，更将对传祺品牌的提升起到极大推动作用。”业内人士评价。本报记者 高亚华

当低价汽油遇上电动车热

上周特斯拉CEO伊隆·马斯克的一句话，让原本已备受负面打击的特斯拉再次迎来股票大跌。这句话的信息并不多，一是特斯拉在中国的第四季度销量惨淡，其次是特斯拉在2020年前无法实现盈利。然而迎接特斯拉和电动汽车的不仅有股价，还有2015年的低价油。

相比特斯拉的每况愈下，国内电动车市场上却热闹非凡。2015年年初，国内的电动车和插电式混合动力车市场新闻不断，先是吉利与新大洋合资生产的首款新车知豆D1在兰州生产基地下线，高于80km/h的最大车速，续航里程160km，使其与电动老年代步车划清了界限。随后京沪高速服务区充电桩可驾驶电动汽车史无前例地往返京沪两地，让电动车往返京沪告别了拖

车。BMW i3更是拿到了上海的免费牌照，一时间被看作是新能源车市场生态被改变的开始，结果如何仍需静观其销量，毕竟40万元的门槛并不是能烧油的比亚迪“秦”能比。

无疑，未来新能源车的发展和当初互联网的普及一样势不可挡，但在中国这样的未来还需时日，当下的热闹多半只能是自娱自乐。

很多媒体也在预测中国电动车市场的未来，销量是在一线城市爆发还是在行车距离有限的县城会大卖。这样的预测在电动车开始普及前毫无价值，因为这一切猜测和推断都是基于现有的电动车产品和使用环境。再者未来国内的汽车市场地域性差异会逐渐缩小，是烧油还是“烧电”，买什么品牌，完全取决于能否满足国人的用车需求，而不是在哪里

用。

如果油价足够便宜、基础设施不够完善、电动汽车续航里程仍无突破的话，电动车在中国进入百姓家还有很长的路要走。至少在纯电动车到来前，插电混动车仍占据“新能源”车主流并且无法真正取代普通汽车。其次，中国是个地域辽阔的国家，在这样宽广的道路环境下，大多数国人的用车习惯仍是不愿受车辆行驶里程和充电不方便的束缚。即使这辆车90%是用作上下班和在城市中心代步，这样的心态在一段时间难以扭转。

电动汽车的发展除了部分地区的政府补贴外，仍缺少系统和强有力的政策支持。如增加充电基础设施、大型停车场，景区设立电动汽车停车区，提供收费充电服

务的同时停车费减半，电动汽车不参与尾号限行，过路费只象征性的征收甚至免收，这样开着电动车无论是城区代步还是走京沪高速都毫无压力。同时基于电动车和普通汽车的差异，发放不同颜色的牌照进行区分和管理等，一系列的政策和用车环境都决定了电动汽车的普及和发展速度。

一边是不断下跌的油价，一边是各车企的电动车秀，消费者却在这场看似轰轰烈烈的电动车大潮中沦为看客，并且毫无参与感。国内部分车企更是将开发新能源车当作“政绩”甚至只是争个你也有我也有。将不成熟的“试验品”电动汽车推向市场，更是对电动汽车市场化的一次次打击，让初次试水电动汽车的消费者，在未来的一段时间内选择远离。

据新华网