

# 被“价格战”拖入泥潭？ 汽车经销商如何涅槃重生

从一些地方性经销商开始出现财务危机,到多家上市汽车经销商集团难逃业绩亏损的命运,当前汽车经销商的生存环境不容乐观。

中国汽车流通协会数据显示,2024年上半年经销商亏损的比例达到50.8%,盈利的比例则为35.4%,亏损面较上年明显扩大。而背后的原因不仅仅是因为车市“价格战”愈演愈烈,甚至“价格战”缓和之后,也不能真正解决汽车经销商的盈利困境。

对此,有多位业内人士指出,汽车经销商需要从多个方面入手,比如优化库存管理,加强与厂家的沟通,加强销售渠道管理,积极拓展新能源汽车等新兴市场,寻求新的盈利点。

■新快报记者  
罗晓彤



## 1 亏损面较上年明显扩大 或加剧汽车经销商退场

今年以来,陆续有地方性经销商爆雷。

年初,广东老牌汽车经销商——广东永奥被曝旗下80多家4S店突发倒闭状态,最终因经营不善、负债严重、公司业务无法正常开展等问题,于今年3月1日起正式结业。

年中,河南郑州最大汽车贸易集团——威佳汽车一次性将8家东风日产4S店申请退网,并表示“只有关店才能保证利润,把提车都合计到主店”。

紧接着7月,江苏盐城最大的汽车经销商集团——森风集团也出现财务危机,情况与年初倒闭的广东永奥如出一辙,其公司老板还处于失联状态。

到了8月,中部地区专营豪华和超豪华汽车的经销商集团——和谐汽车被曝全员降薪,董事长和副董事长薪资打五折,高层、中层级别分别降薪35%、25%,

其他员工降薪15%。

相比地方性经销商集团,在全国市场广为布局的大型上市经销商集团实力更加雄厚,但也难逃业绩亏损的命运。

财报数据显示,今年上半年永达汽车预计股东应占合并净利润将较2023年同期下跌不多于75%;中升控股虽未披露今年上半年财报,但去年其归母净利润同比下跌24.74%、毛利润同比降低14.1%也值得关注;与保时捷绑定较深的美东集团,毛利润由2022年的25.2亿元下降至2023年的20.8亿元。

这些上市经销商集团,一旦撑不住大概率也要退场。就在8月22日,才正式发公告确认资本退市的广汇汽车,此前因连续20个交易日的每日收盘价均低于1元触及面值退市条例。财务状态方面,广汇汽车预计今年上半年归母净利润亏损5.83亿元至6.99亿元。

中国汽车流通协会数据显示,近4年有8000多家4S店彻底消失。2023年,汽车经销商亏损比例高达43.5%;到了2024年上半年,汽车经销商亏损的比例达到50.8%,盈利的比例则为35.4%,亏损面较上年明显扩大。

或受此影响,摩根士丹利日前还下调了国内经销商盈利预测。其在研报中指出,考虑到新车业务利润率下降、国际汽车品牌的中国市场份额减少拖累销量表现,以及汽车维修业务增长放缓等因素,目前将汽车经销商2024年至2026年盈利预测下调21%至62%。该行预计,汽车经销商今年上半年豪车品牌新车销量或较去年下半年下跌6%至23%,同时新车盈利空间削弱、售后业务放缓,导致期内盈利亦较去年下半年录得创纪录跌幅。

更甚者,有业内人士预测,未来3年,将有三分之一的4S店继续倒闭。

## 中国汽车流通协会预测: 8月整体车市热度 继续有所回升

新快报讯 记者罗晓彤报道 随着报废更新政策进一步发力以及地方以旧换新政策陆续出台,国家呼吁反内卷后终端价格也开始趋稳,消费持币观望情绪进一步缓解,8月整体车市热度或将有所回升。

日前,中国汽车流通协会发布预测数据显示,8月狭义乘用车零售市场约为184.0万辆,同比去年下滑4.4%,环比增长7.0%;插电混动市场稳定发力的同时,低价纯电产品销量也有较为明显的提升,8月新能源市场持续走高,表现十分强劲,8月新能源零售预计可达98.0万辆,渗透率预计将进一步提升至53.2%,这也意味着,新能源汽车的月销量将再次超过传统燃油车。

国家统计局数据显示,2024年7月社会消费品零售总额同比增长2.7%,其中汽车类消费品同比下降4.9%,降幅相较于6月有所收窄,汽车市场消费逐渐开始呈现企稳回升态势。7月25日,国家发展改革委、财政部印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》,将补贴标准提高至购买新能源车补2万元,购买2.0升及以下排量燃油乘用车补1.5万元,补贴金额翻倍,前期政策中仍保持观望的车主的购车需求进一步释放。

中国汽车流通协会指出,其经销商端调研结果显示,7月末至8月初,终端客流到店提升明显,后续也一直稳定保持在较高热度,并未出现明显回落。随着国家呼吁强化行业自律,防止内卷式恶性竞争,持续下探了半年的终端车价逐步趋于稳定。终端调研结果显示,8月第2周整体车市折扣率约为24.0%,较上月末的24.2%略有收窄,消费者的持币待购心态进一步缓解,8月整体车市热度得以温和延续。



更多优质汽车资讯  
请关注新快网汽车频道

## 2 发展受阻原因不只“价格战” 汽车经销商面临多方面挑战

对于出现经营不善、财务状况不乐观等境况,目前有不少声音认为是车市接连不断的“价格战”导致了汽车经销商面临多重困境,包括利润减少、库存增加等,使得企业经营面临巨大压力。

与此同时,车市进入白热化阶段的“价格战”,并不一定会带来新车销量的增长,其对汽车销量的提振作用是暂时性的。根据惠誉评级7月底的数据披露,尽管零售折扣于2024年6月攀升至23%的新高,第二季度大众市场合资及豪华品牌燃油车的销量仍大幅下跌23%,进一步加剧国内市场的疲软。相应的,汽车板块整体盈利能力低迷,汽车公司平均毛利率徘徊在12.5%。例如,永达汽车就提到,其业绩大幅亏损,主要归因于市场环境造成新车销量下降、新车销售毛利率有所降低而导致的新车销售毛利润下滑。再有,此前保时捷国内经销商集体逼宫德国总部也是一大例子。

不过,由于“价格战”以价换量效果不明显,近期以宝马为代表的车企停止“价格战”意愿强烈。那车市“价格战”

得到缓和,是不是意味着这些汽车经销商就能解决当前的盈利困境呢?答案显然不是。

来自北京社科院的副研究员王鹏,以及中国企业资本联盟副理事长柏文喜均向记者表示:“‘价格战’缓和可以在一定程度上缓解经销商的经营压力,但不能完全解决盈利困境。”王鹏认为,经销商要真正解决盈利困境还需要从多个方面入手,包括优化库存管理、提升服务质量、加强数字化转型等。柏文喜则进一步补充:“经销商面临的压力还包括主机厂压库、市场过度竞争、返利限制、销售任务过高、资金链断裂等问题。”

中国汽车流通协会数据显示,今年上半年完成半年度销量目标的经销商占比为28.8%,超过五成经销商完成了任务指标的80%以上,但目标完成率不足70%的经销商占比达到33.3%。其中,豪华/进口品牌经销商目标完成情况较好,超四成经销商完成年度销售目标,而合资品牌目标完成率偏低。

事实上,当前汽车经销商面临的困境,不仅仅对其自身和厂家都不利,

对消费者同样不利,最直接的影响就是出现“售后无门”“无法提车”等情况。

例如相关报道称,近期陆续有消费者反映,他们在广汇汽车旗下4S店购车后遇到了无法提车的情况,仅其中一名消费者买车的4S店就有40多台车无法提车;据悉,广汇汽车位于江苏、山东、广东、辽宁、安徽等多地的经销商门店都出现了提车难的情况,涉及奔驰、宝马、沃尔沃、捷豹路虎等多个品牌。

对此,中物汇成物流研究院高级研究员袁帅以及河南泽槿律师事务所主任付建都认为,厂家应主动承担责任,积极协调解决。一方面,加强与经销商的沟通,了解并帮助其解决经营中的实际困难,提供必要的支持和援助。另一方面,建立健全的经销商退出机制,确保在经销商无法继续经营时,能够妥善安排消费者的后续服务,如车辆交付、维修保养等,保护消费者权益,维护品牌形象,包括加强内部管理,优化商务政策,减少不必要的搭售和压库行为,为经销商创造更加公平、合理的市场环境。