2021年8月29日
责任编辑 王伟 美编 荣晔
上海汽車報

去年经销商日均退网超10家

今年7月，本田宣布将逐步取消4S店销售模式，现有授权经销商不能再销售新车。本田将通过官网直销统一零售价的新车，澳大利亚市场成为首个“试验田”。梅赛德斯-奔驰紧随其后，表示从2022年1月份开始，将澳大利亚的4S店模式改为直营，消费者通过手机线上下单，线下取车。

据中国汽车流通协会发布的《2021汽车流通行业蓝皮书》显示，2020年，全国授权4S店经销商数量首次出现负增长。统计数据显示，截至2020年末，全国乘用车经销商网络在业数量为28229家，全年网络增速出现5.3%的下降。全年累计退网经销商数量达3920家，日均退网超10家，累计新增渠道网络2181家。在被抛弃与逃亡之间，一场关于授权经销商的变革大幕已徐徐拉开。

躺赢时代结束

对于汽车经销商们而言，求变是因为躺着赚钱的时代逐渐结束而变得紧迫起来。

在卖车初期，具有议价权的经销商们靠的是“进销差价”。但随着价格战的开打，“进销差价”消失，无法从消费者处赚钱的经销商只能将希望寄予厂家。为了鼓励经销商卖车，车企通常会设置各种返点政策和不同梯度的激励方案。如果经销商能够完成当年的销售任务，车企会给4S店相应的返点折扣。据中国汽车流通协会发布的《2021年上半年全国汽车经销商生存状况调查报告》显示，上半年完成全年销量目标一半以上的经销商占比仅为33.7%。有20%的经销商上半年完成的任务指标还不到全年任务指标的40%。

“去年起码还可以冲一冲目标，但今年整个行业基本上看不到任何希望。”广汇汽车集团区域负责人陈度表示，今年受芯片供应短缺影响，车企减产，广汇旗下多数经销商均库存不足，频频陷入无车可卖的境地。销售端受阻的同时，经销商的售后维修业务也受到影响。随着其他汽车养护平台的异军突起，这些颠覆了传统汽车服务市场的品牌也开始抢夺传统经销商原有的市场份额。

不堪负重的经销商们不得不断臂求生。从去年开始，北京有不少经销商因为难以承受租金压力，将门店从四环搬到五环外。

抛弃授权经销商？

以特斯拉为代表的造车新势力自诞生之日起，就摒弃了传统的经销商授权模式，直接采用直营、授权模式。在新势力造车的带动下，几乎所有的新能源汽车品牌均采用了这种销售模式。

随着越来越多的主机厂频频试水直营、授权模式，比亚迪、上汽智己、吉利极氪等品牌纷纷将展车开进商场，采用直营模式，在各大商圈安营扎寨。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红曾表示，渠道变革是2021年的高频词，有57%的经销商认为未来一段时间，直营、代理和授权三种模式会并存，也有15%的经销商认为未来传统授权模式仍然是主流，而20%的经销商认为直营模式会成为未来汽车销售渠道的主流模式。不过，和直营、代理模式相比，授权经销商模式仍有其独特的优势。在授权经销商的帮助下，车企可以迅速地铺设销售网络，如果单纯依靠直营和代理模式，无疑会为车企带来巨额资金需求、运营复杂性等多重问题。值得一提的是，作为直营模式的忠实拥趸者，特斯拉却在近日传出消息，将向传统4S店靠拢。根据媒体报道，特斯拉计划变革渠道模式，回归到传统4S店“前店后厂”的模型。此举或许给出了经销商模式新的思路。“未来，更多的授权经销商模式将与直营模式进行融合。”乘联会秘书长崔东树认为。

（摘自“盖世汽车网”）

滴滴暂停欧洲市场的海外扩张

知情人士向彭博社透露，滴滴已经暂停了欧洲市场的扩张计划，部分原因来自政府对乘客数据方面的压力。

据悉，滴滴在欧洲挑战优步的扩张计划，现阶段已陷入停滞，包括英国市场在内，该公司已经紧急按下了继续扩张的暂停键。

而根据英国《每日电讯报》的报道，欧洲的扩张计划将至少暂停一年。

一位了解滴滴欧洲业务的消息人士告诉BBC记者，滴滴确实已经停止了英国乃至欧洲的市场扩张计划。

此外，一些相关的工作岗位也即将被滴滴削减，该公司正在与欧洲业务的团队协商，以重新分配新的岗位，或是商讨进一步裁员。

一方面，是中国政府严厉打击互联网公司侵害数据隐私；而另一方面，中国企业现阶段也正面临西方国家的严格审查。风口浪尖上的滴滴正骑虎难下，所以不得不叫停欧洲市场的扩张计划。

截至目前，滴滴方面并没有正面回应外媒的相关报道，只是在公司的一份声明中表示，他们将继续探索更多的新市场，与更多的利益相关者保持联络，并考虑重启部分服务与业务。“一旦公司得到更多关于扩展市场的新消息，我们期待着与外界分享。”

（罗列）

主流零部件企业业绩大幅改善

鉴于去年同期零部件企业受新冠肺炎疫情大流行的影响较为严重，业绩基数较低，因此今年第二季度、上半年，几乎所有已公布财报数据的主流零部件企业销售额相较去年同期均实现了百分比两位数及以上的涨幅，营业利润也较上年同期大幅改善。

企业担忧生产中断和成本上升

在已公布数据的国际主流零部件企业中，多家企业的销售额均实现了同比百分比两位数以上的增幅。其中，博格华纳以109.6%的增幅领涨。舍弗勒的营业利润暴涨1237%。单就上半年的销售额来看，大陆和采埃孚均突破200亿美元；麦格纳国际达到192亿美元分列已公布财报数据零部件企业前列。销售额超过100亿美元的企业还有法雷奥和李尔。

值得一提的是，零部件企业是在克服了疫情大流行、全球半导体短缺、原材料成本上升和具有挑战性的物流环境等诸多挑战的背景下，保持了盈利。

但是，问题远未结束。生产中断、供应链问题和原材料成本上涨等瓶颈给汽车行业带来的压力预计将持续一整年，多家零部件企业均在财报中表达了这一担忧。博格华纳就向投资者表示，由于原材料成本上升和供应问题，该公司今年下半年将面临4500万至6500万美元的损失。李尔也预计，全年将因大宗商品（其中，最不利的是钢铁）成本上升而损失1.75亿美元。

关于2021年全球轻型汽车产量，多家零部件企业也给出了自己的预测，奥托立夫预计将同比增长9%至11%，法雷奥预计增长9%，大陆预计将增长8%至10%。

零部件行业并购案激增

7月23日，全球知名汽车零部件供应商麦格纳国际和汽车安全技术公司维宁尔宣布，双方已达成最终合并协议。两周后，高通高调入局竞购维宁尔，报价比麦格纳要高出18.4%。8月14日，法国汽车零部件供应商佛吉亚宣布，将收购德国汽车照明集团海拉60%的股份，双方将合并业务。短短一个月的时间，汽车零部件行业已宣布两大并购交易。这说明，尽管行业正面临疫情和芯片短缺等重重挑战，但随着汽车“新四化”趋势的深入发展，零部件行业的并购案正在激增。

普华永道估计，到2021年年底，汽车零部件行业的并购交易数量将达到174宗，高于去年的101宗，以及2019年疫情大流行前的159宗。今年该领域30%的并购交易都流向了私募股权公司，而非其他汽车零部件公司。为了能参与到汽车行业向电动汽车和自动驾驶的历史性转变，私募股权公司甚至愿意支付更高的价格收购汽车零部件公司。另外，在零部件行业的并购活动中发挥着更大作用的还有SPAC，即特殊目的收购公司。

普华永道的数据显示，汽车零部件行业有一半的巨额交易是针对电池相关技术、传感器和软件领域的公司。

（蓝田）