

各品牌“车战”“双11”购车狂欢节

消费者下单不少顾虑也不少

■记者 陈丹丹 见习记者 胡叶

蜗居在家,开启电脑,动动手指,就可拥有价格更优惠的汽车,梦想渐渐走进现实。其实,汽车早已试水天猫商城,目前在天猫卖车的品牌有20多个,而在万众瞩目的“双11”网购日,汽车再一次在电商中凑起了热闹,吉利、雪铁龙、雪佛兰、别克、荣威、长安等品牌纷纷加入了“双11”购车狂欢节。其中,有些品牌车型线上优惠高出线下6000元之多。

各品牌‘车战’硝烟愈浓

20倍余额宝收益补贴60万、全系下定即送千元油卡、对折车抽不停、现金让利110000……10月15日,天猫启动“双11”购车狂欢节,并将一直持续到“双11”当天。

“这是天猫汽车活动参与厂家、车商最多,力度最大的一次。”自活动启动以来,各大品牌纷纷推出促销优惠揽客。据了解,目前雪佛兰赛欧、别克昂科拉、丰田凯美瑞等车型均已收获上百订单。

与以往不同是,今年的“双11”各品牌“车战”硝烟愈浓。奔驰、宝马、上海大众、东风日产、广汽本田、长安福特、北京现代等40多个汽车品牌携300余款车型参与其中,比去年参与的厂商数量翻番,也是天猫汽车活动参与厂家及经销商最多、力度最大的一次。

豪车陆续入驻也成为本次活动一大亮点。宝马集团旗下Mini新车、奔驰新款GLA车型、别克新车昂科威在“双11”中首次网络预售,吸引了不少眼球。

此外,线下还有超过8000家4S店以O2O形式助阵“双11”,规模约占全国4S店总数的三分之一,其中也包括瑞安的部分经销商。作为“参战”经销商之一,广汽丰田新盛瑞安店的工作人员告诉记者,活动才开始了几天时间,就已经有10多位买家通过天猫预付了定金,效果不错。

相对于整车,车载净化器、汽车坐垫、儿童安全座椅等汽车配件的网购模式要成熟许多,也备受消费者的关注,多家商铺更是在这场“车战”中打出3至5折的超低折扣。记者发现,目前不少热销汽车配件商品已有上千人预定,其中行车记录仪成为消费者最关注的车品之一。

网购群体偏年轻

对于网购汽车这种形式,记者近日采访了多位市民,发现年龄在35岁以上的市民对网购汽车并不“感冒”,了解这种购车方式的消费群体多是年轻人,但这部分消费群体也有很大顾虑。

“汽车本身最少要几万到十几万甚至几十万,这样重要的商品通过网购似乎不太稳妥。”今年29岁的公务员刘先生称,如果是网购服装、鞋帽、食品、家居用品等他可以接受,但大宗消费会非常慎重地考虑。

采访中不少年轻消费群体表示这种渠道自己有顾虑,“网购汽车见不到实物,心里不踏实。”“万一出了问题怎么办,能不能享受与实体店一样的服务?”这些问题普遍为年轻消费群体关心,“现在4S店也很多,觉得还是去实体店买心里最踏实。”采访中不少人这样表示。

“不可否认,随着电子商务手段越发成熟、越发多样化,汽车的营销手段到了可以更好利用网络的阶段。”对于网络购车,我市汽车经销商则认为,网上卖车有一定的优势,但对大多数车商来说,网上卖车仍旧是网络营销的一种手段而已。

余额宝购车、分期购车实惠多

今年“双11”除了预定模式外,天猫还推出余额宝购车、分期购车等金融新手段,给消费者带来更大选择空间。

据了解,参与本次“双11”汽车整车网购活动的都是汽车厂家天猫旗舰店,消费者可通过余额宝全款或部分冻结款项首付的方式,购买东风标致、广汽丰田、东风日产、上海大众等品牌的200多款车型,其中部分厂家还在余额宝收益之外提供额外金额补贴、赠送售后礼券、加装高端配置等优惠。

“余额宝购车可享3个月收益,如果买一辆10万元的经济型轿车,3个月就能多赚1000多元,购车定金冻结但还照常有收益,而且在限期内取消订单也不耽误收益,这对消费者而言具有一定吸引力。”一名业内人士分析,另一方面,因为定金额度较大,消费者多是在购车意愿较强情况下才会下订单,成交可能性也大大提高。

除余额宝购车享收益外,本次“双11”天猫还提供线上授信分期购车模式,消费者无需提供收入证明,凭网购信用和消费数据就能贷款买车,具体授信信息消费者可在自己的淘宝账户查看。

在提车方面,由于汽车属于大件耐用消费品,此次“双11”普遍采用线上天猫下定金、线下4S店付尾款提车的O2O模式。以广汽丰田为例,活动期间,消费者看中这个品牌旗下的凯美瑞,在广汽丰田天猫旗舰店用余额宝支付1万元定金获得一个核销密码,接下来可以就近联系广汽丰田瑞安新盛店试车,凭核销密码交齐尾款即可提车。

实体销售店暂时无法取代

“以前可能从来没有想过会从网络上购买汽车,但是现在变成了现实。”广汽丰田新盛瑞安店一位销售经理表示,行业竞争的白热化催生了其他的销售渠道,网购就是其中之一,去年疯狂的“双11”网购让一些4S店及厂家尝到了一些甜头,使得这一销售渠道逐渐开始升温,想通过这个渠道提高销售的商家也在探索,但是整体仍处于“试水”阶段。

“虽然这两年网络购物越来越兴盛,但是对于实体汽车销售4S店的作用,网购汽车无法替代。”有业内人士表示,目前汽车电商正处于“试水”阶段,究竟未来如何发展现在还不能预测,但是可以肯定的是实体店销售可以给消费者最直接的亲身体验,车的外观、内饰的差别可以最直观地反映给消费者。

“车企现在都有自身成熟的经销网络,这些网络的主体就是品牌4S店。”有经销商表示,实体店内集销售、售后于一体,即使现在通过网络购车也要到4S店内提车、成交,所以4S店仍然是汽车销售的主要方式。但他们同时表示,对于这种新兴的销售渠道,他们愿意去探索尝试,以期汽车销售带来有益的带动。

