



客流量明显回暖、新能源车销售火热 车市迎来“开门红”

记者 张贤良

汽车是消费的“顶梁柱”之一。春节前，车管所门前排队上牌的场景，让不少人记忆犹新，如此旺销景象也延续到了年后。记者在合肥实地走访了解到，在降价促销和直播推广的加持下，不少4S店和经销商迎来“开门红”。



4S店客流量明显回暖

“春节前准备订车的，但是几家4S店都没有现车，可谓是一车难求，上周销售顾问打电话说到了一批现车，立马就过来交定金了。”2月3日，家住合肥滨湖的吴先生正在包河区的一家奔驰4S店内定车。

2月5日，记者走访包河汽车城发现，尽管当天是元宵节，前来咨询、购车的市民依旧不少，不少店家也在厂家给到的补贴等优惠政策基础上，推出了降价和赠礼等促销活动，锁定客源，各汽车品牌4S店几乎都是客流络绎不绝。

位于合肥天津路某品牌销售经理刘女士说：“今年疫情政策优化，第一个月销量比去年同期增长了百分之一百三左右，春节刚过完来看车的客户就特别多，现在是中午十二点，目前进店客户已经超过了60人。”

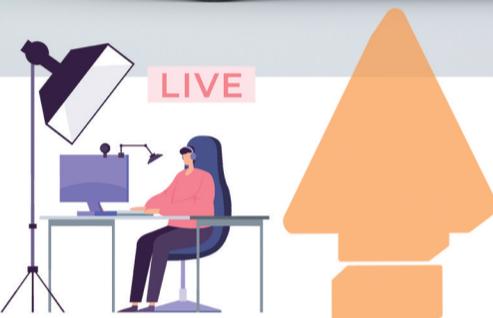
购车市民陈女士说，这次想给父母换一个好点的车，他们的车已经开了十几年，正好年前发了年终奖，给他们挑一挑。

合肥中升雷克萨斯销售经理王超说，春节之前可能很多人都回老家了，春节后

这段时间相比于春节之前一个星期，整体客流提升了将近40%，订单业绩也提升了30%到35%，推出了全系车型的优惠政策一些补贴，包括厂家一些增换购的政策，相对来讲补贴还是比较多的。

在奥迪合肥庐阳恒信店，销售负责人表示，A4L等火热车型几乎是刚从厂家发出在途就已经卖完了，很多客户都是提前预定，加装配置得等一个月很正常，周末他们接待了90波次的客户，现在到店客户的总量已经超过去年同期了，行业回暖速度比较惊人。

综合看来，目前合肥4S店的到店客流，平均每天在40组左右，每组2~4人，相比去年有明显回升。“现在到店的客户不仅数量增加了，而且购车意向还比较大，毕竟如果不是真需要买车，客户是不会选择到店里的。”合肥安迪汽车销售负责人分析认为，新冠疫情让很多人认识到一台私家车的重要性，这恐怕是疫情缓解之后，4S店回暖的重要原因。



直播卖车成为新玩法

“家人们，大家好，欢迎来到合肥众力一汽大众的直播间。”2月5日9点，记者打开短视频平台就看到4S店的主播已经开始直播了。“我们每天从早晨7点开始，直播到晚上12点。”合肥众力一汽大众4S店销售经理张经理说，其间会有10多名销售人员进行轮流直播。

除了大众化的品牌，不少豪车品牌也开始拥抱直播模式。

“我们从2020年开始尝试直播，2021年开始了常态化直播。”合肥宝之佳宝马4S店营销总监张先生告诉记者，他们门店从销售团队选取了一名专职主播人员，每天进行2场直播，平时还会负责拍摄制作短视频。

合肥永达保时捷4S店市场部总监李先生介绍，他们从2021年6月正式开始常态化直播，目前拥有一名专职主播。

“这名主播以前是一名销售员，经过内部筛选，成为主播。”李先生说，每个月会对粉丝量、直播观看量等进行考核，如果有直播线索成交，主播也能分得部分销售提成。

“据我们统计，我们有55%的成交线索来自于互联网平台，这其中包括了垂直门户网站、短视频平台等。”合肥名邦吉利汽车4S店销售经理王先生告诉记者。

“在直播板块，我们有一名专职主播，一名兼职主播。每天至少进行2场直播。”王先生说，专职主播是从销售团队中筛选出来镜头表达能力好的员工。直播中获取的线索，将分配给其他销售进行跟进，如有成交主播将获得分成。

同时，他要求所有店员开通自己账号进行直播，不断培养全员新媒体渠道获客能力。他介绍，以1月为例，通过直播成交20台，约占门店整体销量的20%。

“我们一般每天上午开播，不间断直播到下班。”合肥利之星奔驰4S店营销负责人赵女士告诉记者，团队的4个人，每人半个小时，轮流进行直播。

记者注意到，除了吸引本地消费者观看直播，直播还会经常吸引到来自全国的客户。“收到来自外地的客户咨询，我们就会通过后台系统，把客户推送给全国各地对应的区域销售进行跟进。”

年轻人购车既理性又个性

在过去的认识中，年轻一代消费者往往会进行超前消费、盲目消费，但记者在走访中遇到三位消费者后发现，这种观点已经站不住脚。

小孟是一名标准的“85后”IT男，是从黄山一座小镇走出来的年轻人，通过自己的打拼，已经在合肥购房落户，年收入已经达到40万元左右。按照小孟的年收入，购置一款价格在20万~30万元的汽车，属于正常消费。但是，小孟只考虑购买售价在15万元以下的车。

在小孟看来，目前虽然收入不断提高，但是家庭以及孩子的日常支出将会越来越大，加上自己已经“奔四”，未来的收入会不会出现波动很难判断，所以必须量入为出，买车必须按预算来，只在预算以内考虑。相反，小孟的妻子想增加预算到20万元以上，但小孟还是咬牙拒绝了。

李雯是一位土生土长的合肥“00后”。今年大学毕业的她，已经在一家单位实习。李雯的爸妈作为“奋一代”，常年开着一辆卡罗拉代步，考虑到女儿马上正式工作，计划给李雯购置一辆售价为20万元左右汽车上下班，但被李雯拒绝了。“我很喜欢五菱宏光MINIEV，开起来方便，外形也适合我。”在李雯看来，作为一个女生，没必要在买车这件事上支出过多，只要开着方便就行。

王小民是一位在工厂上班的小镇青年，月收入在6000元左右，在自己的孩子出生以后，决定购置一辆汽车。正常情况下，一辆紧凑型轿车是一个合理的购买选择，可以满足一个小家庭的出行需要。但是，王小民最后选择的是某品牌的一款小型两厢车。“我原本想买的是一辆中大型越野车，毕竟每个男人心中都有一个越野梦，自己通过贷款的方式也能买得起。”王小民说。但是，自打孩子出生以后，他的想法变了，买车还是要以经济适用为主，不能在汽车上有过多的投入。他表示，一个阶段有一个阶段的生活目标，以后自己购置第二辆车的时候，会再考虑越野车。

4S店

新能源

直播卖车

新能源车市火热

按照往年情况，春节所在月份并非新能源汽车销售旺季。据公开数据显示，以蔚来、小鹏、理想为例，2022年春节假期所在的2月，其销量分别环比下降36.5%、51.8%、31.4%。然而，由于部分新能源汽车厂商近日决定延续国补政策下的销售价格，甚至进一步降价，今年春节后的新能源车市同样迎来了购车热潮。

哪吒汽车销售经理告诉记者，这段时间新能源车国补退潮，对我们的销量并没有太大影响，随着国家对新能源汽车的支持，充电桩逐渐增加，充换电更加方便快捷，大家对新能源汽车的接受度越来越高。我们门店1月份销量达到120台，相对于去年12月份增加了20%，环比2022年1月份增加了50%。

虽然“国补”退出了，但影响有限。多个新能源汽车品牌在节前密集宣布降价，一些车型价格降幅高达几万元。一家经销商的工作人员告诉记者，降价后，消费者购车热情高涨，上牌的人太多，一些地方春节前一度出现不能及时拿到新能源汽车牌照

的情况，这种现象节后仍然延续出现。

这家经销商的工作人员说：“春节期间真的是卖得太火了，其中等牌照的现象比较突出。如果说现在提车，有可能会在临牌过期之后，正式车牌还没到手。”

经销商的工作人员说，除了价格因素外，整个产业链越来越成熟，也是新能源汽车受消费者追捧的原因。“新能源车现在卖得很多，尤其是混动车型，量也慢慢起来了。新能源车会逐渐代替燃油车。以前大家担心电池问题、电机问题，现在这些技术很成熟了，不用担心了。”

对于年后汽车市场的走势，业内人士继续看好。合肥市近日发布的《“提信心拼经济”若干政策措施》里面提及促进新能源汽车消费，明确提出2023年6月30日前个人消费者报废或出售本人名下在合肥市注册登记且符合相关标准的非营运性乘用车，并且在合肥市市场监督管理部门注册的汽车销售机构购买非营运性新能源乘用车新车达到一定金额的，给予每辆车不超过5000元的财政补贴。