

授权经销商数量增速放缓 经销商盈利能力减弱

汽车经销商转战售后掘“新矿”



本报记者 邹勇

面对竞争不断加剧的汽车流通市场，传统经销商的出路在哪里？未来市场的竞争力如何体现？日前，2015 Autohaus CHINA上海国际汽车经销商峰会在沪举行，参与此次峰会的整车企业、汽车经销商集团、知名咨询机构围绕当下行业最为关注的“售后服务与二手车”话题，展开了深入探讨。

汽车售后市场潜力巨大

据中国汽车流通协会的数据显示，2015年，中国汽车后市场规模将达到7000亿元，但目前独立售后点渗透率不足25%，远低于美国80%的渗透率，售后市场潜力巨大。

罗兰贝格执行总监王欣分析，从今年开始，汽车品牌授权经销商数量增速放缓，预计未来几年，我国4S店渠道占比将逐步下降，独立后市场渠道在2020年的占有率将超过40%。就汽车后市场而言，多方渠道瓜分天下已是大势所趋。“汽车经销商未来的定位将从赚取产品差价，转变为挖掘客户全生命周期的价值。”王欣说。

奥迪经销商的利润结构正在发生巨大变化。一汽-大众奥迪销售事业部总经理 Michael Renz 表示：“一直以来，售后服务与新车销售是经销商利润的主要来源。但在过去3年，二手车销售、配件、金融、保险等对于经销商利润的贡献占比，有非常明显的扩大，并且将呈现持续上扬的态势。”

现阶段，品牌授权经销商在欧美、日本和中国依然是行业的主要商业模式。随着行业大环境的改变、互联网的冲击、诚信问题等，4S店一度陷入被“颠覆”的漩涡。对此，中国绿地润东汽车集团副董事长柳东雳表示：“在这个生态圈里面，传统经销商依然有自己的一席之地，不用急着退出这个业务领域，把市场交给其他的竞争者。”

普华永道北京分公司合伙人金军在此次峰会上发布了一项“车企及经销商售后服务展望”的调研报告，总结指出：“整个售后服务的体验对于消费者忠诚度的提高，对于消费者的购买行为以及选择品牌忠诚度的重要性越来越高。”在新的市场环境下，汽车经销商要用互联网思维，以及互联网平台、工具来加强售后服务。“做好服务”将

成为4S店打造差异化竞争的关键，以及在未来市场争夺中的核心竞争力。

经销商拓展二手车业务

当前，二手车成为汽车流通领域最为热议的话题之一。然而，期待已久的二手车“爆发期”一直未如约而至。根据中国汽车流通协会的统计，在2014年中国百强经销商的收入构成中，有85.3%的收入来源于新车销售，仅有2.4%来自于二手车交易。而在相对更加成熟的美国经销商的收入构成中，新车销售收入只占54.2%，二手车收入占比达到25.4%。

二手车行业所面临的限迁、临时产权登记、诚信等问题，未得到根本解决。中国汽车流通协会副秘书长沈荣表示：“包括前端、中端、末端在内的二手车完整产业链正在逐步形成。”不容忽视的是，以二手车交易市场、独立二手车品牌、二手车电商等为主要业态的二手车行业，日新月异的发生着变化。

近年来，越来越多的城市加入限购行列，旧车置换成为新车销售的主要方式之一，并且通过置换销售的新车数量占总销量的比例不断增加，经销商纷纷加大对二手车业务的拓展。为吸引更多消费者到店置换二手车，经销商往往会推出多项优惠活动，如置换车辆抵扣首付款贷款购车、旧车免费评估、高于市场价格收购等。其中，尤以现金补贴、折旧补贴、维修延保代金券、油卡等居多。一些整车厂商也持续对经销商二手车置换进行资金补贴，为经销商开展二手车业务提供支持。

此外，众多车企推出了自己的品牌二手车，以吸引更多的客流量，从而促进新车销售。品牌二手车因为依托厂家知名大品牌的支撑，所以在诚信以及车辆品质方面具有优势，拥有较高的保值率、全国统一的认证标准和准入门槛、全国联保、售后服务网络、专业检测评估，以及不满意可退车等多项优点。目前，实现了较大盈利目标的品牌二手车经销商有上汽通用诚新、奥迪品荐、宝马尊选等，许多经销商每年的二手车业务纯利润超过100万元。

在过去汽车市场销量快速增长的时候，经销商能够依靠新车销售

得到足够的盈利；而在车市微增长的情况下，经销商应尽快调整收益结构，将主要依靠新车销售收入的盈利模式进行变革，增加二手车、金融等价值链业务，优化收益结构。

新车驱动转向服务创新

面对来势汹汹的“互联网+”浪潮，以及各路资本对汽车后市场的争夺，传统经销商也不甘坐以待毙。今年以来，不少经销商纷纷上马O2O项目。业内人士认为，O2O从本质上来说是做消费者数据的采集、分类和应用，可以改善消费体验，提高消费者的品牌忠诚度，为企业增加盈利。

前不久，全国近40家汽车经销商签署了以“汽车街”平台为基础搭建的汽车经销商电商平台战略合作协议。据了解，“汽车街”电商平台未来将由参与的经销商以股东形式或战略合作伙伴关系组建，并由熟悉汽车销售各环节人员组成的O2O团队，依托现有的经销商线下渠道与线上相结合运营，将线上客户引流至线下门店。参加签约的企业包括国机汽车、广汇汽车、庞大汽车、利星行汽车、宝信汽车、润东汽车、祥龙瑞博、沈阳大众等，几乎涉及中国半数以上的经销商集团，规模可覆盖全国成千上万家汽车4S店及上亿汽车用户。

此外，一些有实力的经销商集团还选择自己打造O2O项目。申华控股即联手惠普中国等公司签署三方战略合作框架协议，将通过整合产业链资源，共同打造融合互联网、云计算、大数据及汽车服务为一体的汽车云服务平台。亚夏汽车则计划募资10亿元搭建O2O云平台，建设120家云服务体验店。庞大集团也计划未来3年通过多项业务提高竞争力，其中就包括以实体经销店为依托的汽车电子商城业务，以及前期市场竞争还不是很充分的新能源汽车销售和服务业务等。永达汽车与阿里巴巴合作，进行二手车、新车销售、汽车金融等O2O服务。

面对日益艰难的生存困境，经销商必须从新车驱动向创新服务转型，在完善汽车后市场服务的同时，积极开拓汽车租赁、平行进口车等利润渠道，并主动拥抱互联网，借助新的服务模式探索未来的发展方向。

汽车后市场发展论坛在沪举行

本报讯 12月3日，由汽车财经全媒体联合同济大学汽车学院举办的“第二届中国汽车后市场发展高层论坛”在上海举行。本次论坛围绕“顺势而为，厚积‘后’发”的主题，邀请了资深专家、学者，以及国内汽车后市场的代表性企业，共同探讨与分享中国汽车售后市场的发展经验及未来前景。

本次论坛演讲的嘉宾，分别代表了汽车售后市场领域的5种运作模式和方向。齐配网以行业内创新型的合伙人制度来实现资源整合，解决了市场“痛点”；德联为大型

上市企业，代表了汽车后市场的新兴势力；Alliance则是将美国的成功经验复制到与之有一定相似度的中国市场，提倡经销商联盟式发展；而美络是欧洲零部件企业在中国市场的新探索；天知地知是以数据为基础、完备的供应链体系为生存之道。以上企业对汽车售后市场的经营模式有极大的鼓舞和借鉴作用，至少在他们的经营范围内，售后市场已不再是过去的混乱无序，而将是在多样的创新商业模式中顺势而为、厚积“后”发。

(李倩)

AC汽车发布后市场潜力店榜单

本报记者 陆嗣音

12月4日，由AC汽车、法兰克福展览(上海)有限公司和中国汽车工业国际合作有限公司共同主办的“2015汽车后市场创新峰会”在上海举行。主办方发布了“全国汽车后市场最具成长潜力终端门店”的榜单，51家汽车后市场的服务终端榜上有名。

AC汽车在今年10月联合行业协会、业内咨询专家、资深媒体人

等近百家行业机构，正式推出“全国汽车后市场最具成长潜力终端门店”活动，在全国范围内征集优质终端门店。通过门店自荐、专家审核的形式，最终，好快省、有壹手等一批最具成长潜力的企业榜上有名。在今年法兰克福汽配展期间，AC汽车还开辟了中国汽车后市场最具成长潜力终端互动体验馆，专区总面积近400平方米，为国内优质、发展潜力巨大的汽车服务商提供展示、交流和互动的平台。

东风标致开启全系体验行动

本报记者 顾行成

日前，东风标致“动·感”全系车型体验行动来到上海，凭借着东风标致自身的品牌实力与卓越性能，点燃“魔都”消费者驾驭激情。在活动现场，“T+STT”高效动力大显神通，408、3008等热销车型凭借酣畅淋漓的加速性能和经济实惠的节油技术，更进一步赢得了广大用户的青睐。

刚试驾完308S 1.6THP的齐先生称：“踩第一脚油门的时候吓我一跳，没想到动力这么猛，蹭一下就出去了。”1.6THP涡轮增压直喷发动机获得“国际年度发动机大奖”，其性能相当于2.4L自然吸气或主流1.8T发动机；1.2THP涡轮

增压直喷发动机的动力足以媲美主流2.0L发动机和1.4T发动机。“全景视野这么好，以后出去玩，儿子肯定闲不住了。”刚下完单的王女士赞许地说。2008搭载的“全景天窗玻璃顶”，形成了几乎覆盖整个车顶的1.3平方米的超大面积，采用无分段结构设计，不仅为消费者带来了绝无仅有的大视野，更让2008的外形更显夺目。

据了解，这场东风标致迄今为止规模最大、形式最丰富的全系体验行动汇集了东风标致全系7款国产车型及2款进口车型，活动将历时6个月，覆盖全国128座城市，以最直观的方式向全国各地消费者展示东风标致完整的产品阵容及强大的技术实力。

百度无人驾驶车完成路测

本报讯 近日，宝马与百度以BMW 3系GT为基础，合作研发的自动驾驶汽车在城市、高速混合道路上进行了测试。宝马和百度的自动驾驶合作项目旨在攻克高度自动化驾驶科技在中国道路环境下面临的技术挑战，其长远规划是通过智能科技提升驾驶便捷性，为驾驶员提供更多的车内自由时间，加强车辆道路行驶安全性。

实际路测过程中，测试车辆从百度大厦出发，驶入G7高速公

路，经五环路，抵达奥林匹克森林公园，并随后按原路线返回。测试车辆往返全程均实现自主控制，测试时最高速度达100公里/小时，并完成了多次跟车、加减速、变道、超车、上下匝道、调头等驾驶动作，实现了真正意义上的自动驾驶。现阶段使用的安装有顶置激光扫描仪的实验车辆，用以验证在中国实际道路环境中车辆定位、HAD高精度地图、车辆驾驶路径自主规划等技术解决方案。(于冰)