

2012年我国汽车维修行业现状及存在问题

文/中研普华研究员 廖国栋

一、我国汽车维修行业的特点

1. 私家车成为维修保养的主体, 需求向快速化、专业化发展

目前我国私家车不论在保有量还是消费规模上都处于高速发展阶段, 可见私家车维修和保养将会是未来国内维修保养行业的最主要市场, 私家车在维修和保养方面将会呈现以下特点:

(1)大中城市私家车主购买汽车主要是用于日常工作及休闲, 使用频率非常高, 依赖性较强, 所以对于维修和保养的快速化、便捷化较为看重。

(2)随着中国中高档汽车消费比例的提高、车主对汽车保养意识越来越强, 所以现在国内对汽车检测、保养的需求也越来越大。也就是说, 汽修市场对汽车保养、检测设备的需求将越来越大, 可能大于对汽车维修设备的需求。现在国内各大中城市的汽车美容店的剧增及安全检测站得陆续建立便是一个很好的见证。

2. 政策法规引导中国汽车维修市场向规范化发展

目前, 我国汽车维修行业呈现出起步晚、起点低、竞争乱、管理弱等特点。针对维修行业的混乱秩序, 早在2002年, 全国首个区域性《汽车售后服务规范》便已在深圳诞生。近年, 北京市出台了《加快发展连锁经营的意见》, 明确提出在汽车配件、维修领域积极发展连锁经营。2005年8月1日起正式实施的《机动车维修管理规定》对机动车维修经营规范及经营者义务、监督检查、法律责任等都进行了重新调整和规范, 为了增强机动车维修市场准入的科学性和针对性, 确立专业化的引导方向, 由此可以看出国家有关部门在法律法规上正逐步整顿规范汽车维修市场。

3. 国外企业加快进军国内市场的步伐

加入世界贸易组织后, 我国已将汽车维修市场全面开放, 国外企业和个人均可来华投资, 建立汽车维修企业, 并且可以

独资, 他们将资金和先进的管理经验、维修技术带入我国, 为我国汽车维修行业带来了新的活力, 同时也将与我国的汽车维修企业进行激烈竞争。

近两年, 很多国内外知名汽车维修保养市场连锁服务品牌开始在国内市场布局, 在日本拥有500多家连锁店、占日本汽车维修保养市场55%份额的连锁品牌澳德巴克斯, 进入中国4年来共开设了13家店面, 此外, 还有AC德科、博世等。

排名世界500强首位的埃克森美孚石油公司是全球最大的润滑油供应商, 预计年内华润滑油销售的零售店将增至200家, 其中100家是新开设的网点; 荷兰皇家壳牌公司在收购了中国市场排名第三的统一石化后, 启动了高端润滑油精品销售计划, 预计在汽车保有量较高的大中型城市建成80家养护中心; 在全球设有800多家快保店的胜牌汽车服务有限公司, 已在上海设立了其在中国的首家汽车快保中心店, 也是亚洲的第一家胜牌汽车快保店。

有关数字显示, 截至目前已经有不下30家国外知名汽车服务企业宣布了其进军中国市场的计划。然而, 这些国外品牌对中国汽车维修保养市场还缺乏足够清晰的认知, 市场开发尚处于起步摸索阶段, 正试探性地开发部分客户, 从中了解中国市场, 为将来全面进入中国汽车维修保养市场打下良好基础。

4. 资产规模扩大但是收入减少

随着汽车维修行业竞争的日趋激烈, 企业为了提高综合实力不断扩大资产规模, 但是维修企业的收入却在逐年减少, 其主要原因是业务量减少。有些企业原本代理多个汽车品牌的定点维修和售后服务点, 但是一些品牌维修服务点的代理权被取消; 有的企业的客户出于路途远、油费贵、车辆来回成本高等原因, 选择就近进行维护保养; 目前部分仅有出售汽车配件资格的企业也开始承揽了一些简单的维护

保养工作, 因其成本低, 存在价格优势, 从而吸引走部分客户。

此外, 对于汽车维修行业来说, 过硬的维修技术是吸引客户的亮点, 为了留住娴熟的技术工人, 企业不断提高工资待遇和福利, 用工成本的增加, 也在压缩维修企业的盈利空间。

二、2012年汽车维修行业现状

1. 我国汽车维修行业现状

中国汽车市场呈现高速增长势头, 当年被许多业内专家公认为中国开始进入汽车社会。在汽车消费结构方面, 家庭购买比例越来越大, 已经成为市场需求的主体, 中国从此将开始进入稳定增长的良性的汽车市场。

与去年相比, 虽然今年汽车市场的销售涨幅有所回落, 但市场需求潜力并没有缩减, 只是由于汽车频繁降价以及汽车消费和使用环境等存在诸多不利因素, 使得消费者持币待购, 需求暂时得不到释放。当然, 随着竞争的激烈汽车销售越来越走向微利时代, 而汽车后市场则随着汽车消费结构的变化和消费者消费理念的成熟而呈现出巨大的发展潜力和美好的前景。

目前, 国内的汽车后市场比较混乱, 还处于初期的调整和扩张阶段, 但巨大的市场潜力和快速的增长速度都给商家带来了很好的市场机会。市场开放后, 随着国外汽车服务巨头的进入, 多方力量角逐在国内汽车维修保养市场。

2. 国外汽车维修行业现状

国外汽车维修业基本以小型化企业为主。在美国, 目前约有30万多家营业性的汽车维修企业, 这个数字与我国汽车维修企业数量基本接近。但美国的汽车维修企业则明显呈小型化特征: 平均每家汽车维修企业有专职雇员(管理人员)4.5名, 专职维修技工24人, 维修工位6个; 在这些企业中, 有62.7%属个人所有, 6.2%是合伙经营的, 31.1%则为股份有限公司; 企业

年营业额在5万~10万美元(约合41万~83万元人民币)之间的个人所有小型企业占85.8%,而年营业额超过40万美元(约合330万元人民币)的大型企业,则大多数为股份有限公司。

对比国内汽车维修行业,国外汽车维修行业的做法对发展更有促进作用。先进的维修养护连锁网络、完善的汽修服务体系以及健全的汽修行业标准,必将为国内的汽车维修行业带来新的思路。

目前国内主要的轿车生产企业基本都采取源于欧洲的“4S”模式(即整车销售、配件供应、维修服务和信息反馈),欧洲在汽车保有结构方面的特点是车型集中,每种车型有较大的保有量,故“四位一体”的经营模式得以存在和发展。

三、我国汽车维修设备行业的主要问题

我国汽车维修行业目前正处于发展时期,主要表示在以下几个方面。

1. 缺少核心技术,产品质量及服务意识淡薄

汽车制造业水平的大幅度提高给汽车维修企业迎来了一个难得的发展机遇,但由于实际门槛低、市场竞争无序、低价的设备市场空间比较大,汽车维修设备商们纷纷压低价格以获取市场份额,打价格战成了营销的主要手段,而价格降低的背后必然会对质量产生影响,同时会间接对品牌的树立带来负面效应。国内部分产品存在性能不够稳定、故障率高、外观设计抄袭等问题,许多企业都没有自己的品牌,只能靠低价格来销售,最终很难长久得到市场的认同。

我国汽车维修设备厂家必须打破地域、行业以及所有制的局限,实现强强联合,发展大批量、高质量、低成本的适销设备产品,引进国外技术,生产出自己的优质产品,在竞争中才能立于不败之地。

2. 人才发展无序,高级人员欠缺

汽车工业的飞速发展,对于专业人才的要求也逐步提高,加强相关专业人才的培训是整个行业的当务之急。随着近年汽车维修厂商们加大了对人员的培训以及引进高级

管理人员与技术人员培训等措施,从业人员总体素质有很大提升,但和国外相比,高级研发人员还很缺乏,且人员素质的提升速度跟不上整个行业的发展。

提升企业的竞争能力,提升整个行业的运作水平,市场要求有名牌,而品牌的创建离不开高层次的人才。没有强势的品牌和强大的技术资源,很容易引起众多企业的模仿与跟进,容易模仿、没有自己独特品牌价值的连锁企业是走不远的企业。在这种竞争中要不断完善组织结构,提高人才素质,适应市场变化,随着他们在产品质量与管理服务方面的水平不断提高,才能真正推动我国汽车维修行业的全面上升。

3. 市场营销策略和方法不多

随着汽车技术的发展,设备产品更新换代的速度加快。在汽车维修和保养设备的市场营销上,很多传统的方法可能不再适合。在当今的信息社会,人们已经可以通过很多渠道获得各自所需的信息,各种成功企业的经验不断证明只有持续的、有针对性的、多样化的品牌宣传和推广,才能使自己的企业长久不衰。特别需要指出的是,高效、便捷和廉价的互联网已经成为人们获取信息的重要平台,重视互联网的作用并利用它来为企业的经营服务,必将极大地提高企业的竞争力。

四、2012年我国汽车维修及检测设备发展状况

随着汽车数量的增加,社会和国家将会对汽车维修检测提出更高的要求,以保证人民生命财产安全、节约能源和维护生态平衡。

汽车维修检测设备发展前景广阔,主要有两个原因。首先,作为人类运载的主要工具,汽车的保有量将随着社会的进步与人们生活水平的提高而大幅度增加,尤其在我国小汽车大范围进入家庭的条件下,需要更多的适合现代汽车技术要求和社会经济承受能力的汽车维修检测设备。其次,随着汽车数量的增加,社会和国家将会对汽车维修检测提出更高的要求,使得汽车维修检测可持续发展的空间巨大。

1. 各类设备所占比重的变化趋势

汽车维修检测设备可分为维护、修理、测试和诊断四个部分,各部分所占的比重大小将取决于维修制度的变化和维修作业内容的变化。

目前,世界上大多数工业发达国家对汽车维修已基本上采取维护为主,不再进行汽车的整车大修,而只是按照汽车检测诊断设备提供的检测报告,对汽车进行有针对性的维护或修理作业,藉以恢复其技术性能,消除隐患,保证汽车良好的安全性能及使用性能。

1990年10月,原交通部于发布的第13号令《汽车运输业车辆技术管理规定》明文规定了我国汽车维修业必须执行“定期检测、强制维护、视情修理”的管理制度。13号令自颁布实施以来,国内的汽车维修业有了一定程度的发展。

根据近几年的实际发展情况,可以看出我国当前汽车维修检测设备的发展趋势:汽车检测诊断方面设备的比重有较大幅度地增长,以满足贯彻“视情修理”的可能性;汽车维修及小修所需的机工具比重相对加大,而修理机加工设备的比重相对变小,这是实行强制维护,尤其是小汽车进入家庭后发展的必然趋势;电子、电脑检测诊断设备将成为行业新秀。

在市场大环境影响下,国内一些大型生产厂家和行业内的新军都推出了电子和电脑检测诊断设备高科技产品,如全电脑四轮定位仪、自动电脑解码器、电脑控制车身大梁矫正度量系统等检测设备。但这些产品在我国算是刚刚起步,尚需大力开发,市场前景看好。

2. 汽车维修检测设备的技术发展方向

随着现代电子技术,特别是大规模集成电路和微处理技术、自动控制技术及高精度传感器技术的发展,微机控制的调节装置在汽车上的应用已越来越广泛,汽车电脑化已成为发展方向,其突出表现为:①电子燃油喷射式发动机能提高功率10%,降低油耗5%~10%,排放污染减轻,怠速、加速性能提高,已取代化油器式发动机;②装有防抱死制动系统的汽车将增加

(下转第67页)