



苏晖 资深汽车营销工程师、原北亚运村汽车交易市场总经理
现任中国汽车流通协会有形市场分会常务副理事长

2012年中国汽车销售量超过1900万辆,保持了世界第一的地位。但鉴于各种不确定性因素,汽车行业仍面临着复杂、激烈国内外市场竞争,同样汽车制造、汽车营销、汽车售后服务也将面对新的机遇和挑战。汽车后市场的规模急剧扩张,但其管理、服务和技术水平却不尽如人意,尤其是缺乏优秀的营销和服务人才,很可能制约汽车销售市场的发展,这已成为汽车行业内的共识。

汽车后市场决定国内汽车行业的未来(上)

◆文/北京 苏晖

一、国内汽车销售市场分析

1. 2013年国内汽车产销量目标数据分析

2013年我国国内汽车行业产销量总目标为2000万辆,主要依据以下几方面做出的:

(1)从产销角度看,2009-2012年我国已连续3年实现汽车销售世界第一位,2013年可能继续蝉联;从消费角度看,国内汽车消费市场增长迅速,仅2013年中国汽车消费可能达到2000万辆。无论是一线还是二三线城市,汽车购买潜力仍十分巨大。强大的市场需求决定了汽车产销市场的规模,为众多汽车生产和销售企业制定新年目标提供了可行性依据。

(2)2013年是我国汽车行业“十二五”规划第3年,从中央到地方各级政府及汽车协会都高度重视。时值各级政府换届,经济数据成为各级政府的考核标准,虽然中央提倡不盲目追求高GDP的经济发展目标,但是汽车消费仍是国民消费市场中的重大组成部分。

(3)在刚闭幕的两会上,“北京治堵方案”再次引发关注,已经影响到北京周边城市。目前全国大中型城市都在拟定自己城市版本的治堵方案。这些方案的大体思路基本是“限行”,而不是“限购”,所

有这些地区的汽车刚性需求还是很大的。

(4)国家鼓励汽车下乡政策的实施,农村正成为新兴的汽车消费市场。农村汽车销售的营销模式和渠道变得尤为重要,也必将呈现出与大中城市不同的营销业态,农村巨大的汽车市场消费潜力也成了2013年国内汽车销售的助推器。

2. 2012年国内汽车销售市场发展概况

2012年中国汽车产销量超过1900万辆,2013年欲突破2000万辆。而2012年中国汽车后市场经济总规模已经达到5500亿元,中国的汽配市场销售总规模更高达1.4万亿元,这代表着汽车后市场也将呈现巨大的社会需求。

(1)汽车市场发展潜力很大

汽车市场发展潜力巨大由以下数据体现:公安部交通管理局数据,截至2012年底全国机动车保有量为2亿辆,其中汽车保有量为1.2亿辆,摩托车保有量为1.14亿辆。2013年汽车保有量将可能达1.3亿辆;全国机动车驾驶员2.24亿人,其中汽车驾驶员1.44亿人,每年新增驾驶员2200多万人;再加上2013年国内汽车产销量将要达到2000万辆的水平。这些数据势必扩大的汽车后市场的经济规模。

(2)汽车4S店加快布局

由于汽车产销量快速增长,汽车制造商加快了网点布局的扩张,2012年全国汽车4S店将新增数千家。我国目前有8万个品牌授权商,有19000家4S店,有520家汽车交易市场或园区,有600余家大型汽配汽车用品交易市场,有700余家二手车交易市场。

(3)汽车销售商结盟

随着汽车产销规模的不断扩大,汽车营销的竞争已日趋激烈。大型和超大型汽车营销集团的“集群效应”在逐步形成,其要求充足的资金量和网点的广泛布局,可能吸引了国外汽车营销巨头的加盟。

(4)汽车售后服务高新技术化

目前在汽车行业中,制造成本在整个汽车生产成本中所占比例减小,而高新技术产品所占比例越来越大。例如奥迪A6的电子产品成本已占整车生产成本的三分之一。高新技术的材料、零部件已经广泛应用于汽车车身上。同时消费者日益追求时尚化、个性化,加装和改装汽车渐成风潮,例如高保真数字音响、无线通讯、GPS导航、DVD等娱乐设施都加装在新车上普及。

(5)从修理为主转变到维护为主

对照国外,目前美国的汽车养护业务已占到全美汽车保修业务的80%,年均收入超过数百亿美元。在我国,“车坏了才去修理”的观念也已逐步转变为汽车日常维修和维护保养上,而国内4S店的售后服务重点也从汽车修理转向到车主的人性化服务上。

(6)售后服务的远程化和网络化

随着互联网技术和无线电通讯技术的发展,国外汽车厂商开始为车主提供远程诊断服务。车主可以通过诊断中心与车载自诊断系统与厂商对话,来确定汽车运行状态,通过调整参数来纠正系统偏差,厂商也可向用户发出需要检测维修的信息,以保证车辆的正常运转,减少因维修占用的时间。

(7)软件和信息服务地位凸显重要

随着汽车的电子化水平越来越高,汽车产品已全部实现了电脑功能控制,如动力系统、制动系统、悬挂系统、空调系统、转向系统、座椅系统、灯光系统、音响系统等、车载通讯系统、车载上网系统、车载电子导航系统等。这些系统的软件维护工作将是一个巨大的工程,也会带来价值不菲的市场价值。另外,汽车娱乐系统的装备需要各种多媒体制品,如CD、DVD、VCD、游戏软件等,同时车载电脑、导航系统也需要大量的交通、服务设施、新闻、电子邮件等服务,这都成为IT行业新的发展领域。

3. 2012年二手车市场将快速发展

2013年国内二手车市场发生了许多新变化,具体表现如下:

(1)二手车市场规模飞速发展

目前国内大城市像北京、广州、成都、杭州、武汉等,新车与二手车的销售比例在1:0.6的水平。北京地区发展最快,预计2013年底能接近1:1。虽然经济型新车的销售依然火爆,但二手车

市场潜力仍很大,2012年我国二手车交易达到500万辆,预计2015年将达到1000万辆。

(2)二手车消费政策

目前国内仅有汽车以旧换新的规定,但这仍是2013年拉动二手车消费的动力。预计下一步,政府会进一步出台二手车消费的配套措施,以政策形式鼓励二手车市场的消费。

(3)二手车交易市场大力发展

从2011年以来全国各地都在大力发展二手车交易市场,各大中城市二手车交易十分活跃,已经形成不小的规模效应,有些地方的市场规模甚至超过了新车市场。

(4)新的二手车交易方式

目前的二手车品牌专卖、二手车现场拍卖、二手车网上拍卖、二手车以旧换新交易、新旧车置换等市场交易方式十分丰富,引起了广大消费者的关注和兴趣。随着广大消费者观念的转变,结合二手车可全国流通的特点及二手车与新车共同的展示展销,二手车交易快速发展的时机已经成熟。

(5)社会因素

随着家庭购买第二辆车的需求、驾校高速发展、新驾驶员快速增加、城市化进程加剧、生活居住工作流动性增加等诸多社会因素,也让二手车市场具备了巨大的市场潜力。

(6)二手车市场的国际化

随着二手车市场的快速发展,与国际接轨已成为必然的趋势。二手车由简单的经纪公司交易转为专业公司营销,对车辆必须进行整备,确保其质量性能,实现二次增值。此外,还激增了二手车维护和保养工作量。

4. 2012年汽车后市场的概括及发展

根据发达国家汽车行业的经验,汽车后市场的利润可占整个汽车产业利润总和的60%以上。而我国2012年机动车保有量为2.4亿辆,汽车售后市场规模为2400亿元,预计2013年将达到4500亿元至5000亿元。以一辆15~20万元的中档车为例,每年用于车辆清洁、保养和维护的费用约为4000~5000元,而像奔驰、宝马、奥迪等高档车的各项养护费用更是超过1万元。而北京一座城市就拥有300万部以上私家轿车,意味着每年至少有120亿元的汽车后市场规模,以全国来计算更是一个庞大的数字。

随着汽车市场的快速发展,汽车行业为了提高综合竞争力,将从售前向售后服务转移是必然的趋势。未来的汽车市场将取决于人才的竞争和售后服务水平的竞争。2012年汽车后市场的发展,主要分横向产业链和纵向产业链两个方面:

(1)汽车后市场横向产业链

汽车后市场横向产业链将呈现综合性发展态势,与汽车后市场相关的汽车文化、汽车运动、汽车竞技、汽车休闲、汽车娱乐、汽车俱乐部、汽车展会等市场,都会有快速的发展,形成新的巨大的市场潜力,反过来促进汽车市场的快速正向发展。

(2)汽车后市场纵向产业链

其中以汽车改装市场为例。随着汽车保有量和汽车文化的快速发展,汽车改装业务已经越来越受到消费者的关注和重视。消费者追求个性化、时尚化,将推动汽车改装业的大发展。据估计,今后两至三年内我国汽车改装车市场将有2000亿元的规模。

二、国内汽车市场发展趋势

2009年中国汽车产销量就达到了世界第一,而2013年将继续保持。地位虽然没有变化,但整个汽车行业的营销模式将发生着更加深刻的变化,缺乏高端汽车行业人才的矛盾凸显重要。目前国内汽车市场的发展趋势主要有:

1. 发展汽车园区

汽车园区是汽车有形市场的升级换代的新趋势,它可以很好的适应汽车产业的调整需求,如汽车下乡、汽车以旧换新、汽车信贷消费、汽车后市场延伸都能得到发展和提升。汽车园区很好地适应了各级政府对汽车行业发展规划的要求,它拉动汽车消费,还促进了集中交易。汽车园区使汽车市场交易更加活跃,交易内容更加丰富,它既推动了以汽车后市场带动前市场的发展,又以汽车文化扩大了社会影响力。除此,汽车市场与商业地产的有机结合,加快了投资回报率,加大了综合配套服务力度,创造了更多经济和社会价值,对拉动地方经济发展起到了重要作用。

汽车园区容易形成以区域性为代表的汽车大市场,社会影响力巨大,成为某些地区经济发展的重点区域。这样的园区一般以汽车销售、二手车交易、汽车汽配、汽车用品物流、汽车拍卖、汽车展示、汽车改装、汽车零配件交易等多功能为一体的汽车、汽配、汽车用品的物流集散地。其中为代表的有北京成城永乐店汽车文化创意园区、成都九峰国际汽车博览城、兰州广汇汽车主题园区、武汉竹叶山汽车园区、上海汽车贸易中心、内蒙鄂尔多斯市汽车园区、长春汽车园区等。

随着汽车市场的普及,竞争愈加激烈,广大汽车消费者已经不满足于单一化的销售,需要更高水平的销售和服务。而汽车园区的创建将充分适应此种变化,功能齐全、运作规范、规模经营、信息权威、丰富多彩等特点将引导地区汽车发展的新潮流。

2. 国内汽车销售呈现集团化发展

国内汽车销售企业呈现向超大销售集团发展的趋势,以庞大、广汇、中进汽贸、北京祥龙、浙江元通、广州物贸、成都建国为代表。这些超大汽车销售集团的社会影响、经济实力、经营手段都对各区域汽车销售市场的影响巨大,在整个汽车市场内拥有举足轻重的话语权。

汽车超大销售集团着力发展壮大旗下的4S店经营、汽车有形市场、汽车园区,相互竞争的格局正在形成。在2013年汽车市场激烈的竞争环境下,汽车市场洗牌将进一步加快,更多的4S店受到汽车超大销售集团兼并或重组,为形成更多的汽车超大销售集团

创造了条件。汽车销售集团化代表着汽车销售的集中交易趋势正在形成,一系列汽车园区、汽车市场、专卖店集群、大型展销会的出现,就是国内这些汽车超大销售集团的助推的结果,他们越来越受到政府和社会各界的关注。

3. 网上车市和电子商务发展迅速

互联网技术的应用引起了汽车销售方式的重大变革,网上车市不仅成为广大消费者了解购车信息最快的渠道,也成为第一大渠道。另一新变化是汽车销售企业选择了电子商务作为新的分销渠道。电子商务是当今经济最热的话题,汽车销售企业抓住了这一市场变革的契机,推动汽车销售市场走向一个新的阶段。其主要特点为:

(1)网上车市披露汽车制造商的产品信息,还可采用虚拟方式实现让客户进入汽车内部,进行充分地比较选择和分析。

(2)消费者可根据个性化要求,进行网上采购、网上订货、网上销售、网上结算等电子商务行为。

(3)电子商务可大幅度降低交易成本,国外每辆车一般可以降低10%-15%的费用,也大大降低消费者的时间成本。

(4)国内新浪、搜狐、腾讯等门户网站的网上车市、汽车专版等提供的信息,对消费者个人来说没有地域和空间限制。汽车信息量是十分丰富,服务手段越来越先进。

4. 汽车销售市场出现的新气象

2012年汽车销售市场出现很多新气象,主要是以多种新业态模式出现在汽车市场上,与传统汽车市场形成鲜明地对比,有以下现象:

(1)吉利集团的李书福投资30亿元,打造成都国际汽车文化运动娱乐大世界(20平方公里)。

(2)武汉投资120亿元打造全国最大的室内二手车汽车交易市场——武汉汽车纵横大世界。

(3)全国首家多功能汽车驾驶体验中心(武汉康顺汽车体验中心)开业。

(4)全国最大的汽车市场超大型汽车集团——庞大集团,今年旗下的4S店将扩充到近千家,2012年销售额达到500多亿元。

(5)全国最大的汽车市场联合体(兰州广汇集团),拟在全国各大中城市联合打造一批品牌汽车市场,形成“汽车4S店加汽车市场”联合体。

(6)国内最大规模的汽车主题公园——大连二十里堡汽车物流中心,在大连保税区动工,计划5-6年,耗资数十亿元建成集汽车文化、汽车运动、汽车研发和休闲度假为一体的大型综合体项目。

(7)奇瑞、吉利、江淮等自主品牌开始在全国推广集团式的汽车品牌超市。

(8)天津最大的空港国际汽车园正大力打造筹建该集团的辐射全国汽车电子交易平台。(未完待续)M