



PNSEEK创始人钱伟

当前,传统汽车零部件企业、经销商,甚至修理厂,都对日益强势的电子商务平台深感恐惧;而这些电子商务平台也在思考如何取代前述“旧势力”,试图将汽配市场的业务流程标准化。

多议汽车零部件电子商务模式

◆文/上海 钱伟

何为电子商务?

对于电子商务,业界比较一致的看法是:电子商务是指在全球各地广泛的商业贸易活动中,在开放的网络环境下,基于浏览器/服务器应用方式,买卖双方不谋面地进行各种商贸活动,实现网上购物、网上交易、在线电子支付等各种商务活动。

不过,在不同国家或不同领域,电子商务仍有不同的定义,但其核心确相同,那就是依靠电子设备和网络技术进行的商业模式。现在,电子商务不仅包括购物环节,还包括物流配送等附带服务。

关于零部件电子商务

阿里前任高管卫哲在飞马旅组织的电子商务大会上曾表示,当前,电子商务难以轻松地介入三个领域:房产、家装和汽配行业。

为何电子商务还难以进入汽配这个传统领域?

这个问题也可以理解为:为何传统汽车零部件企业还未能很好地开展电子商务?

要分析这个问题,我们应先认识到电子商务的有哪些不足之处。

众所周知,一项新的技术可以给人类生活带来巨大的革命。但是凡事都有两面性,至少暂时会存在缺陷。对于电子商务来说,笔者认为其经营模式存在如下不足。

一是信息泛滥。太多的信息和选择其实就没有选择,我们到实体店购物可以货比三家,网上购物可以比较30家。这是数字区别,没有为理性和科学消费带来任何益处或者革命性的改变。

二是低价。低价是最原始的选购标准,在信息缺失或者被严重误导的情况下,车主可能更喜欢选择高价的零部件和服务。

三是误导。在当前经营零部件的电子商务平台上,很少能把纯正件、原厂件、售后件、副厂件(替代件)、翻新件和旧件等严格而清晰地进行区别。针对终端客户,个别电子商务平台还有意进行误导。

四是无法有效控制假冒伪劣产品。笔者认为,天猫是“卖摊位费”,而京东和一号店是自营或者提供摊位。无论哪种模式,都无法有效控制汽车零部件假冒伪劣产品的出现。所以,只能先经营知名品牌,可是这些产品又不具备高毛利,甚至还可能引发恶性的价格竞争。

如何打造专业的零部件电商平台

目前市场上针对汽车零部件的电子商务平台,有淘宝、京东、当当、一号店、EBAY、新蛋网、AMAZON等。但是,笔者认为没有一家真正介入了传统的汽车后市场汽配领域。海外的专业平台TECDOC、LESTER、WOODAUTO等,也没有一家可以兼顾专业技师和非专业的车主。

产品数据是相同的,终端和专业平台的统一是效率的体现。PNSEEK就是试图建立这样一个综合平台,最大限度保护各方参与者的利益。而同时,专业的从业人员,又可以在同一个平台进行深度探讨,因为一个数据库可以对这些交易进行充分的协调、整合、优化和管理。

GAAS作为PNSEEK旗下的协会组织,最近组织了四次以汽车零部件电子商务为主题的论坛。与会者的共同关注点是,未来是传统零部件企业迈入电子商务模式,还是现有电子商务平台比如淘宝、京东、一号店向传统渠道延伸?我们的回答是,前者更具短期成功的可能性。

在中国市场,汽车零部件行业不存在消费不足的问题,只存在消费误导的问题。至于零部件出现的假冒伪劣现象,在汽配行业我们称之为副厂件、替代件、品牌件,假如汽配行业的知名品牌都进驻天猫,而且都非常成功,那么其结局就是传统经销渠道被清洗——小到汽配店,大到仓储式批发商都将无一幸免。

可能很多人认为就应该这样。但是否有更好模式?这是我们应该思考的问题。■