



### 王侠: 中国汽车市场全球第一地位将长期保持

日前, 中国国际贸易促进委员会汽车行业分会会长王侠在2014年第二届中国汽车重庆论坛上表示, 从总体上把握中国汽车市场的发展趋势, 必须抓住以下三个要点。第一, 中国汽车市场已连续多年成为全球最大的市场, 这种地位将会长期保持。这种市场总规模的研究, 不仅是销量, 还应该包括保有量。按照目前的发展速度, 中国汽车保有量可能在5年左右超过美国成为世界第一。第二, 增速放缓, 买方市场更加明显, 市场竞争更加激烈, 对新兴市场的开发和西方市场的争夺变得更加紧迫。第三, 互联网和移动通讯对社会带来了革命性的影响, 这不仅改变了人们的生活, 而且开始影响各个产业。

### 师建华: 国内汽车后市场正处于变动期

近日, 在中国汽车工业协会后市场委员会成立大会上, 中国汽车工业协会秘书长师建华表示, 目前中国汽车后市场正处于重要的变动期, 国内后市场领域呈现全面发展的态势, 多种业态并存, 以4S店为主导的市场格局将受到影响。“汽车行业产业链不断向下游延伸, 新的服务业态不断涌现。随着整车制造和销售利润步入下行通道, 后市场利润快速增长, 将成为企业关注的焦点。”据分析, 无论是汽车配件、售后改装、还是汽车金融保险, 以及二手车租赁等, 每一个后市场领域的规模都在不断壮大, 目前已趋向规模化、专业化和特色化发展。未来几年内, 随着中国汽车车龄的延长, 汽车售后服务的市场规模将不断扩大, 行业竞争也将加剧。


### 刘永东: 我国电动车仍处于产业导入期

随着国家各项扶持新能源汽车产业政策的出台, 全国各地对电动车给予高度关注。日前, 中国电力企业联合会标准化中心副主任、能源行业电动汽车充电设施标准化技术委员会秘书长刘永东表示, 当前我国的电动汽车还处于产业导入期, 还需要大量的工作要做, 在政策配套、市场机制、营销模式上积极探索, 可以做高端产业, 如特斯拉, 也可以是小型化的精品, 扬长避短, 扬电动汽车全新概念的长, 避电池技术、充电设施建设的短, 以点带面来推动电动汽车的发展。

### 许艳华: 实现汽车产业的数字化转型需要跨界协同发力

日前, 中国汽车工业协会副秘书长许艳华在其文章《前瞻——汽车产业蓝图》中表示, 汽车产业的蓝图是实现基于网络的设计、制造、服务一体化, 既数字化转型。实现汽车产业的数字化转型需要跨界协同发力, 虽然中国汽车产业工业化水平总体高于国内其他制造业, 但研发和制造装备大多是进口的, 缺乏集成能力, 系统没形成闭环, 汽车产业的两化融合还处于初级阶段, 而两化深度融合必须要有智能化装备的支撑, 有强大的专业软件开发业的协同, 以及能够支撑海量数据的动态网络和通讯系统的重构。中国汽车工业协会正在与中国工程院共同开展“基于网络的汽车设计、制造、服务一体化”课题研究, 实现一体化需要借鉴学习, 需要借助国际资源与力量, 但是中国汽车产业必须要成为实现转型的主导者。

### 罗长庚: 汽车服务终端店的方向和主体是连锁店

近日, 针对国内汽车服务终端店发展的现状及未来, 上海妙声副总裁罗长庚表示, 业内目前的汽车服务终端店, 按照业态分为: 跨地域大型连锁店、区域小型连锁店、大型一站式店、小型一站式店、大型专业店、小型专业店、专业维修店等。“从市场结构看, 目前各种小型的门店占多数, 但市场真正有影响力的是大型的门店, 尤其是大型连锁店, 今后的方向和主体也应该是连锁店, 当然, 其要形成市场格局, 还须加以时日才可实现。终端店目前最迫切需要解决的问题是转变经营者的观念和意识。” 

<b>执行副主编</b>	Deputy Managing Editor
马骏	Ma Jun
电话 Tel	(010)68274279
电子邮件 E-mail	mj@motorchina.com
<b>责任编辑</b> 高中伟	Responsible Editor Gao Zhongwei
电话 Tel	(010)68277346
电子邮件 E-mail	gzw@motorchina.com
<b>编辑</b> 文二霞	Editor Wen Erxia
电话 Tel	(010)68274219-808
电子邮件 E-mail	wex@motorchina.com
<b>编辑</b> 杨雨	Editor Yang Yu
电话 Tel	(010)68274219-811
电子邮件 E-mail	yy@motorchina.com
<b>编辑</b> 冯永忠	Editor Feng Yongzhong
电话 Tel	(010)68274219-809
电子邮件 E-mail	fyz@motorchina.com
<b>特约编辑</b> 李玉茂	Contributing Editor Li Yumao
<b>美术顾问</b> 陈嘉琦	Art Advisor Chen Jiaqi
<b>美编</b> 郭红章	Art Director Guo Hongzhang
<b>广告部</b>	Advertising Department
<b>广告部主任</b> 张淑珍	Ad. Director Susan Zhang
电话 Tel	(010)68274623
电子邮件 E-mail	susanzhang@motorchina.com
<b>客户经理</b>	Marketing Director
闫娜	Yan Na
电话 Tel	(010) 68274723
电子邮件 E-mail	yn@motorchina.com
藏宜	Zang Yi
电话 Tel	(010) 68274724
电子邮件 E-mail	zy@motorchina.com
<b>网络&amp;发行部</b>	Web & Circulation Department
<b>网络&amp;发行部主任</b> 徐广军	Web & Circulation Director
徐广军	Xu Guangjun (010) 68274259-818
电子邮件 E-mail	admin@motorchina.com
<b>发行</b> 赵瑶	Circulation Zhao Yao (010)68278457
电子邮件 E-mail	circulation@motorchina.com
<b>订购</b>	全国各地邮局或杂志社发行部
<b>邮发代号</b>	82-275
<b>刊号</b>	ISSN 1008-3170
	CN11-3940/U
<b>广告经营许可证号</b>	京丰工商广字0009
<b>定价</b>	12元
<b>出版日期</b>	每月1日
<b>印刷</b>	北京昊天国彩印刷有限公司

Visit us at: [www.motorchina.com](http://www.motorchina.com)

投稿邮箱: [editor@motorchina.com](mailto:editor@motorchina.com)

本刊所登图文资料未经许可不得转载或摘编