

SINOTRUST
新 华 信



汽配城业态模式创新案例研究

演讲人 郎学红

新华信国际信息咨询（北京）有限公司
地址：中国北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维大厦8层
电话：(86 10) 59267688 传真：(86 10) 58671800
网址：www.sinotrust.cn



目录

1

汽配流通市场概述

2

汽配城发展状况及面临的挑战

3

汽配城经营创新探讨

4

附录：新华信介绍



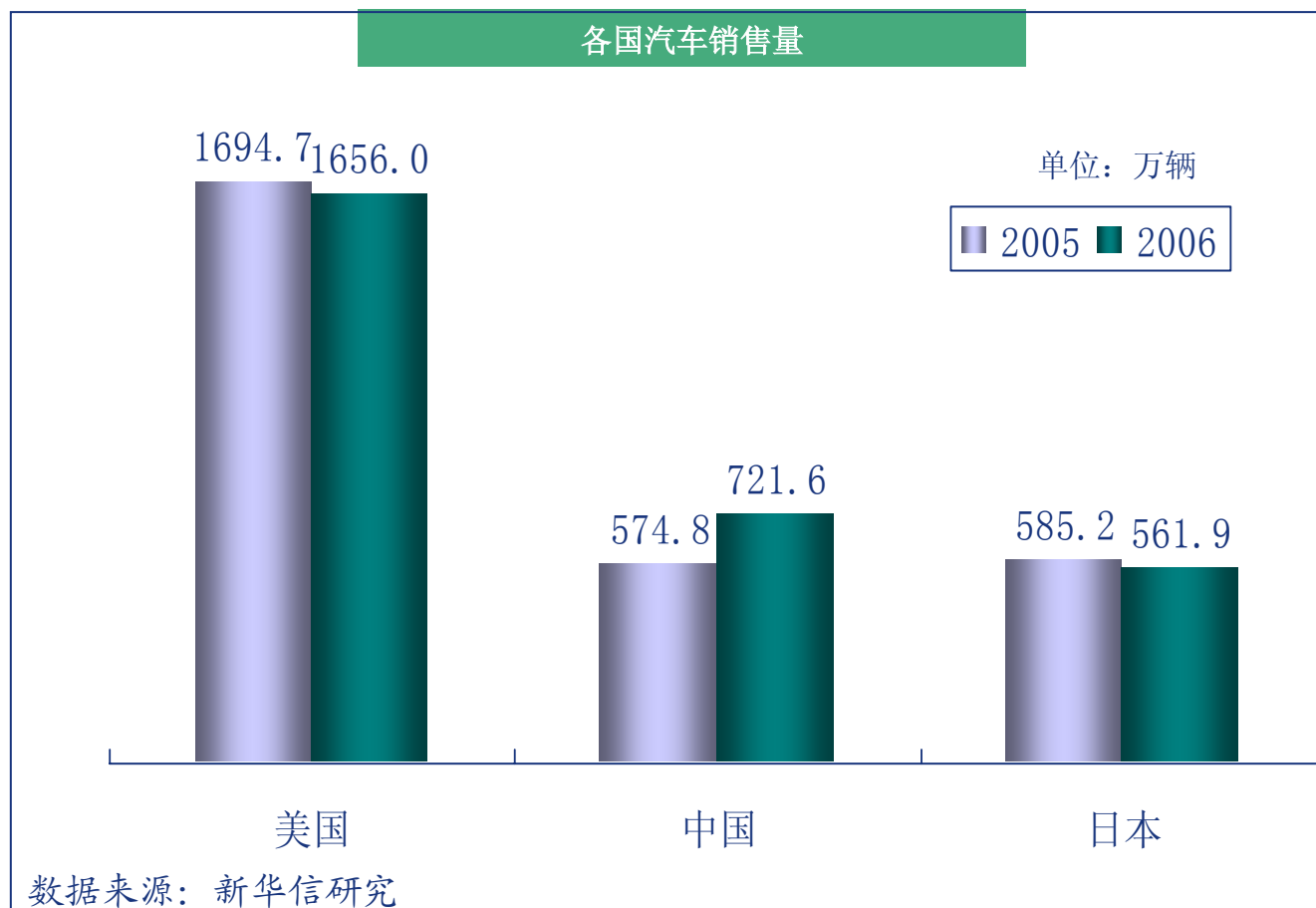
SINOTRUST
新 华 信



汽配流通市场概述

中国已经成为全球第二大汽车消费国

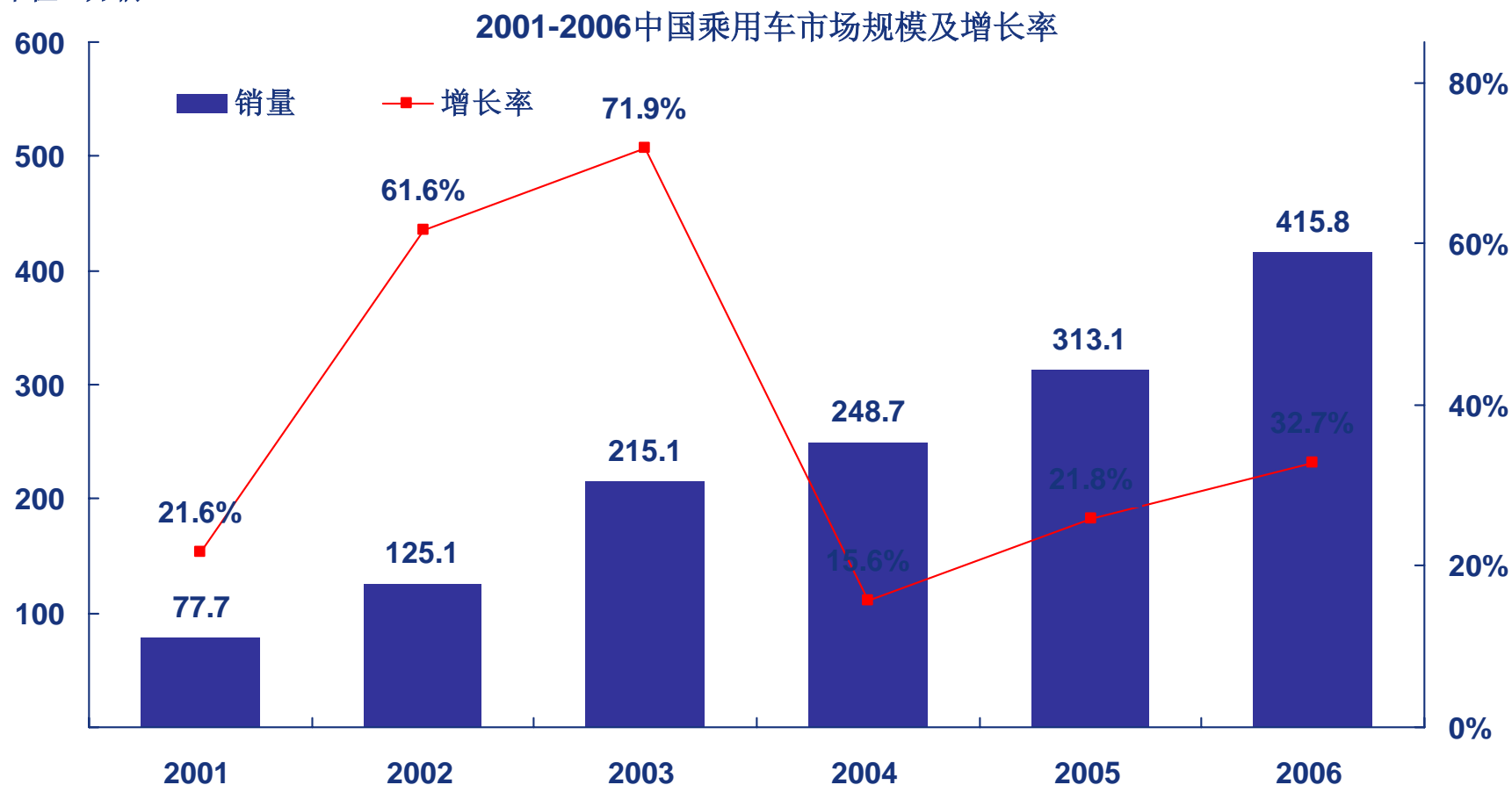
❖ 2006年中国国产汽车销售达到721.6万辆。成为全球仅次于美国的第二大汽车消费大国。



快速增长的乘用车市场是汽配市场发展的重要基础

- ❖ 自2001年以来，中国乘用车市场保持持续高速增长，到2006年乘用车年需求已经达到400万以上的规模，为汽配市场的发展奠定了良好的基础

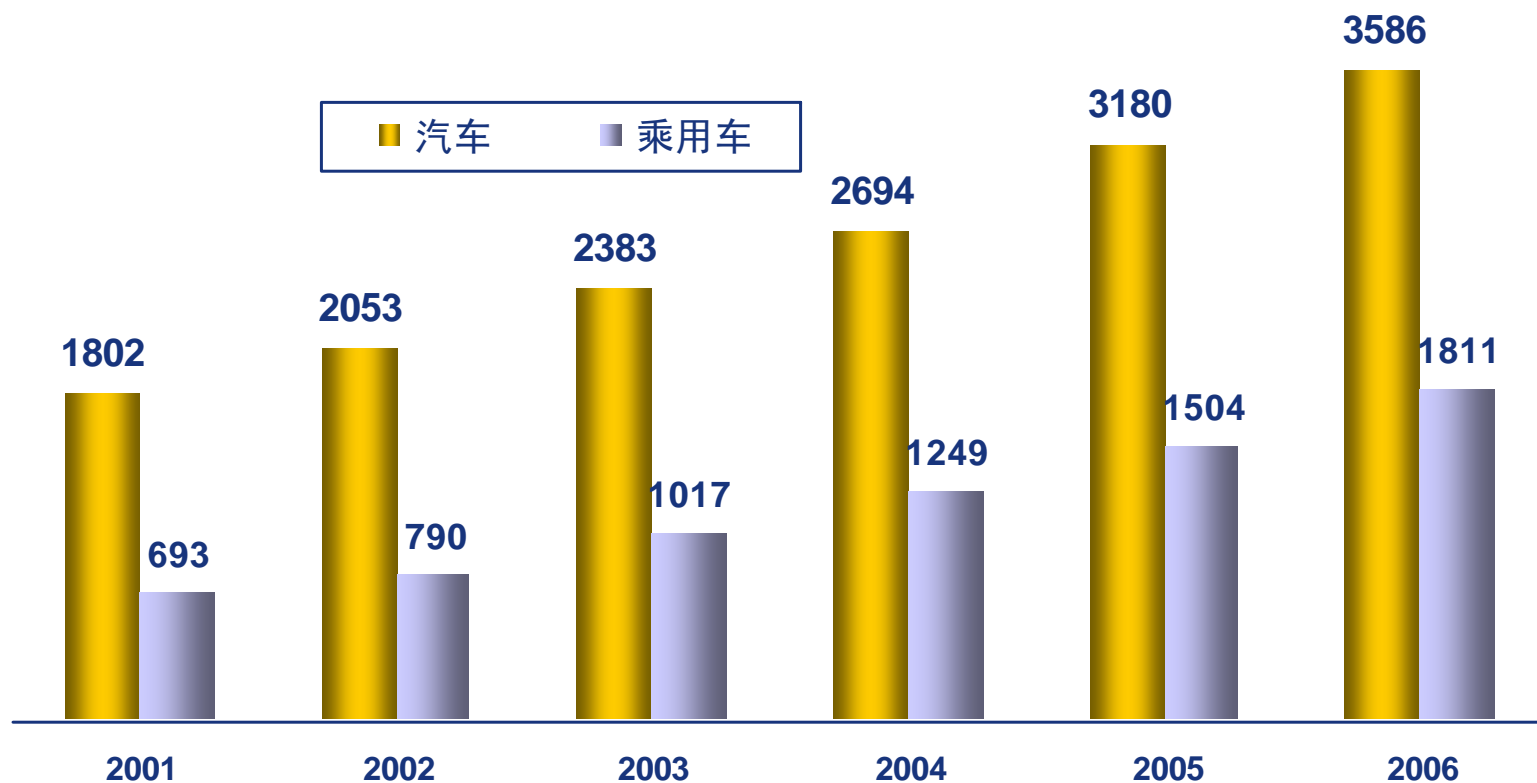
单位：万辆



注：乘用车为狭义乘用车（基本型、SUV、MPV）

汽车保有量已经超过3500万辆

- ❖ 从2001年至2006年的六年间，我国汽车保有量从1800多万辆跃升到3500多万辆，翻了近一番；
- ❖ 乘用车保有量从2001年不到700万辆，到06年已经超过1800万辆，翻了一番以上



2006年中国汽车售后配件市场规模超过1000亿元

配件消耗量	维修站	用户调查	保险公司	单车配件需求
车型	经销商主要根据是平时单车维修配件消耗及经验公式：该车终身配件消耗量大致等于整车售价，出具判断依据。	新华信年度汽车用户度及消费形态调研	调查了大地保险代理公司，其同时代理中报，人保，太平洋保险公司9000辆车	综合考虑
	¥6,000	¥3,600	——	¥6,000
	¥4,000	¥2,566	¥2,000	¥4,500
	¥3,000	¥2,274	¥1,000	¥3,500
	¥1,200	¥1,934	——	¥2,000
	——	¥2,000	——	¥2,000

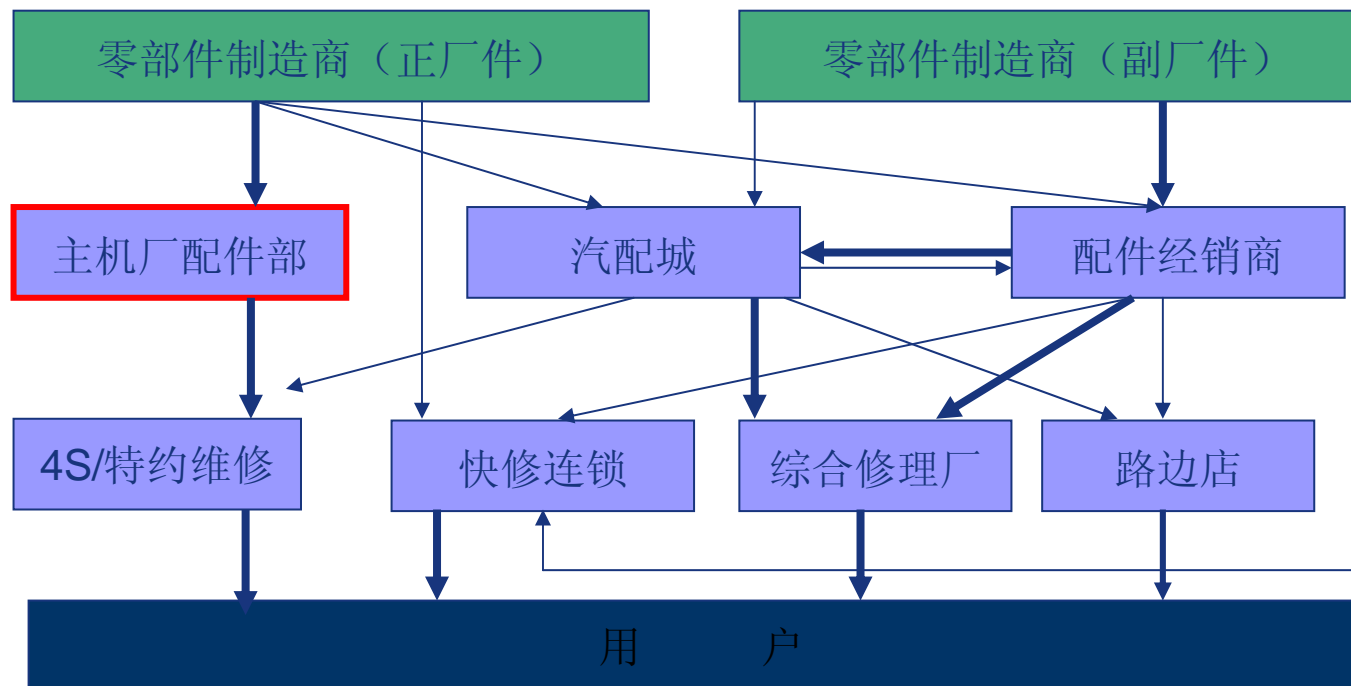
乘用车单车年平均
4000元

商用车单车年平均
2000元

2006年汽车售后配件市场规模 = (4000 × 1811万辆) + (2000 × 1775万辆) = 1100亿元

汽车后市场配件流通模式

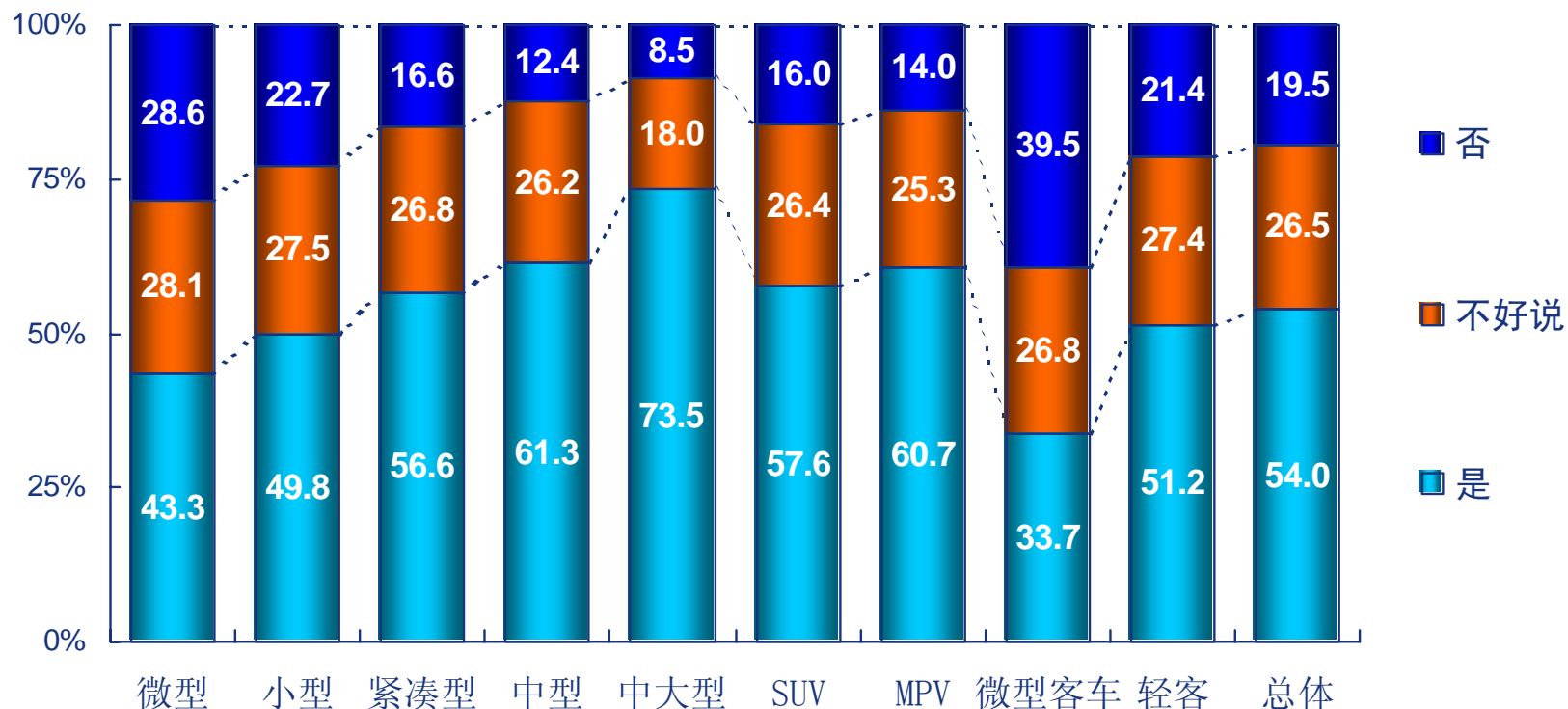
- ❖ 目前汽车整车企业的零部件部仍然是后市场的主导渠道
- ❖ 配件经销商向大型化和专业化发展
- ❖ 汽配城未来发展面临严峻挑战



4S主渠道地位将逐步被动摇

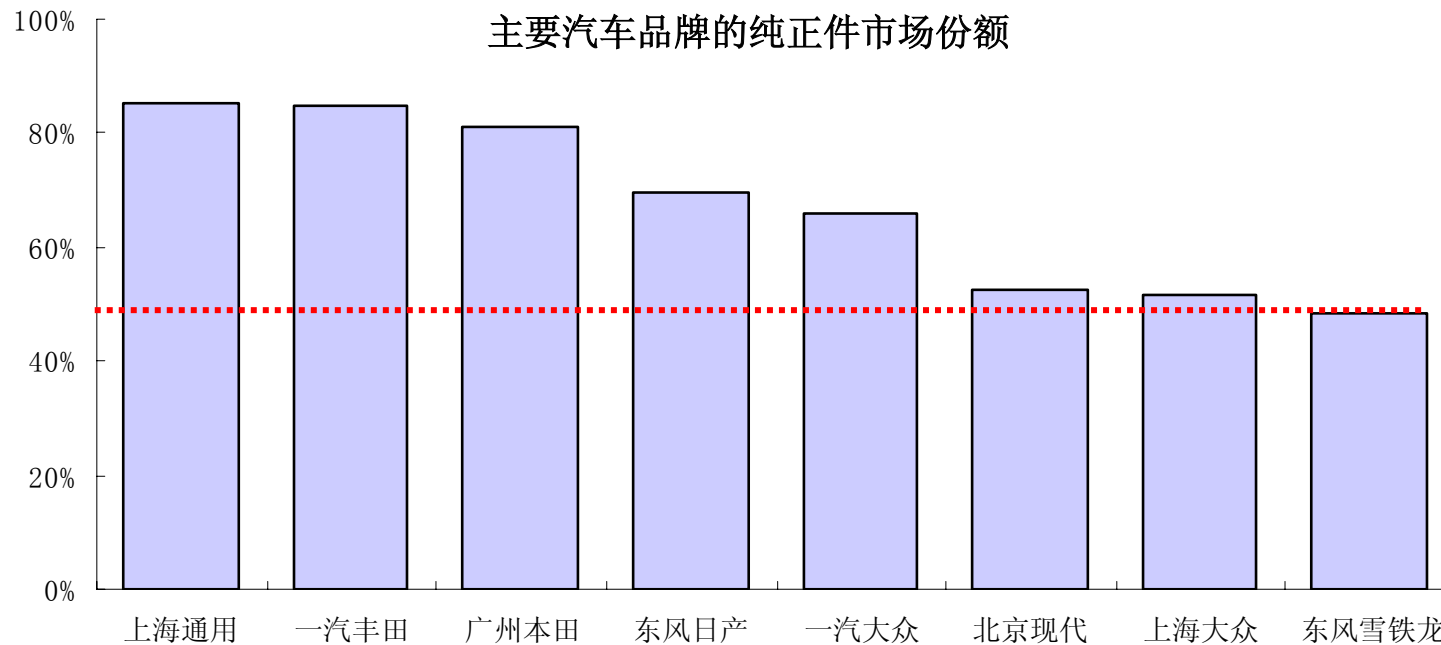
- ❖ 有近一半的车主，在保修期后可能放弃4S店
- ❖ 车型级别越低对4S的忠诚度也越低

保修期后是否继续在4S体系维修保养



汽车生产企业控制的纯正件的比率超过50%

- ❖ 纯正件的比率与汽车企业渠道控制力度和上市时间有很大关系



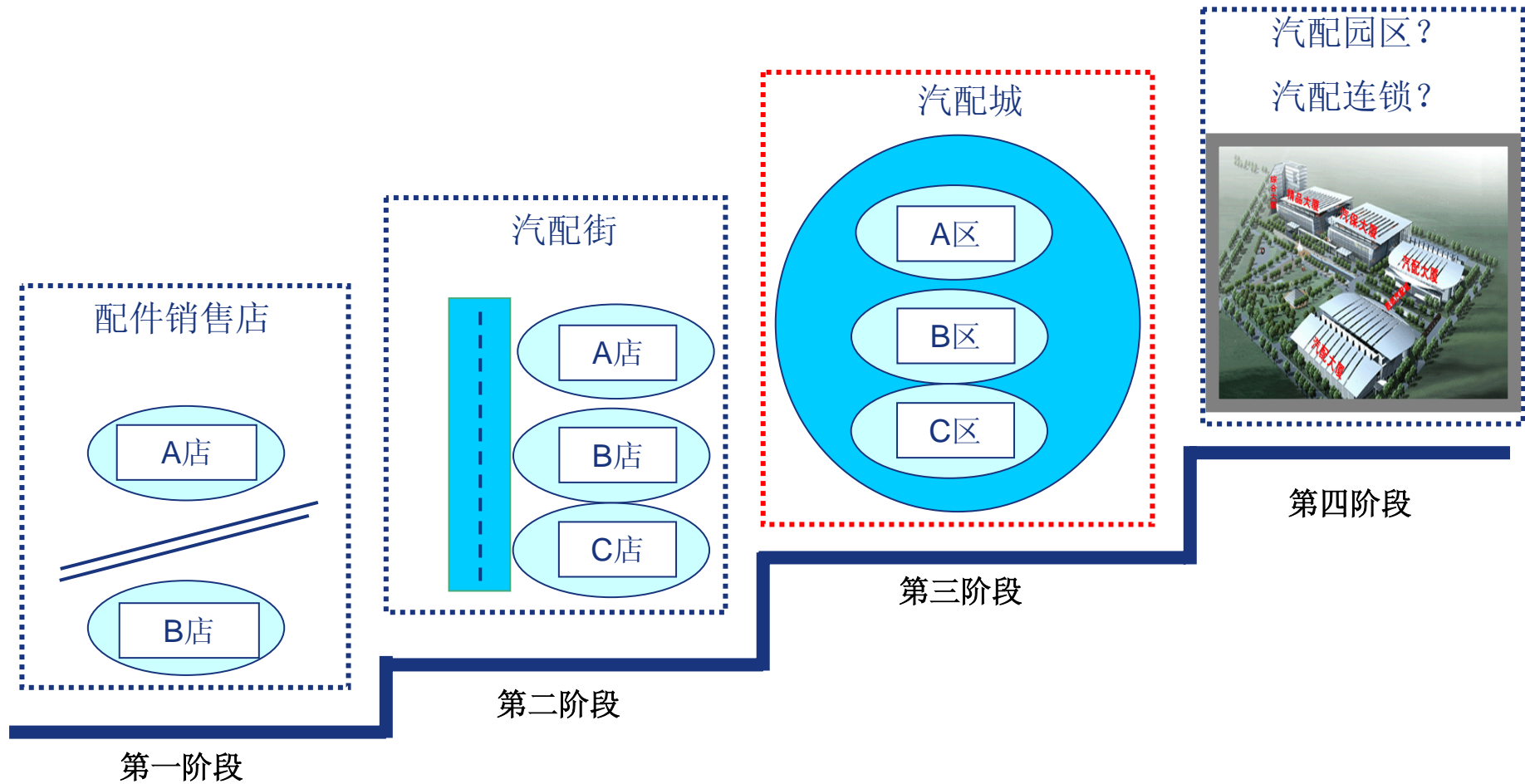


SINOTRUST
新 华 信



汽配城发展状况及面临的挑战

汽配城发展阶段



□ 配件经销企业 ○ 地理区域



汽配城的优势和弱点

	优势	弱点
对用户	<ul style="list-style-type: none"> • 各种品牌车型配件集中，购买十分方便，省时 • 客户可以进行多种比较，品牌和价格透明，选择余地大 • 交易获得最好的性能价格比 • 经销商间竞争加剧，使其为客户提供的服务更好 	<ul style="list-style-type: none"> • 过多的选择增加客户选择难度，特别是非专业客户 • 客户有可能买到假冒伪劣产品 • 价格稳定性较差，波动大 • 售后服务质量和保障措施可能不够
对经销商	<ul style="list-style-type: none"> • 集群经营，客流量大，人气旺 • 潜在客户基数大，购买潜力大 • 汽配城大都进行统一的广告宣传推广，有相当知名度，经销商可节省广告费用 • 对周边地区有辐射作用 • 汽配城管理方提供较为周到的各项服务 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品低价销售导致不公平竞争，价格混乱 • 同一产品多家销售导致市场竞争加剧 • 不利于经销商树立自己的品牌和产品
对制造商	<ul style="list-style-type: none"> • 能够利用汽配城客流多的特点，直接设点或通过代理商/经销商尽快打开市场销路 • 较快的收集市场需求信息，为经营决策服务 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品容易被仿造或假冒，客户使用后不满意，制造商声誉受损 • 客户和经销商都有很多选择机会，制造商品牌忠诚度可能会下降 • 低价竞争有可能使制造商的利润降低

汽配城面临的主要问题

- ❖ 缺乏行业管理标准，没有行业归口，管理制度（或者是管理手段）上还存在缺失。
- ❖ 汽配城建设过多过滥，导致同业竞争，利润下降，部分汽配城经营难以为继
- ❖ 媒体、政府和消费者对汽配城的认识存在一些误区
- ❖ 汽配城硬件设施相对落后，经营相对粗放，管理手段相对落后



汽配城创新经营模式探讨—创新方向





SINOTRUST
新 华 信

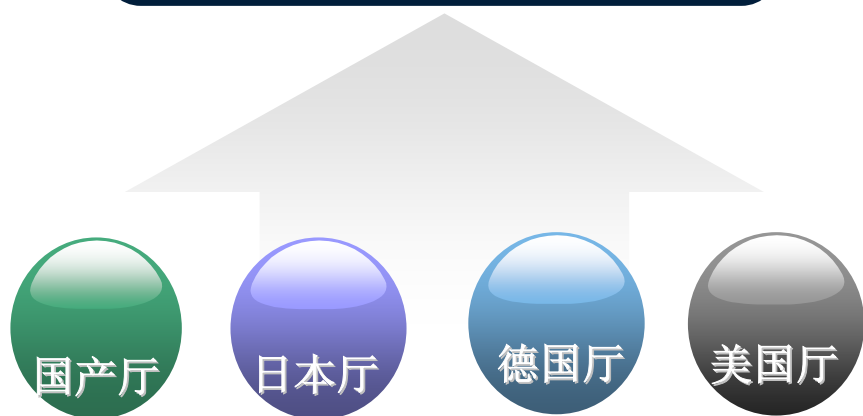


汽配城经营创新探讨

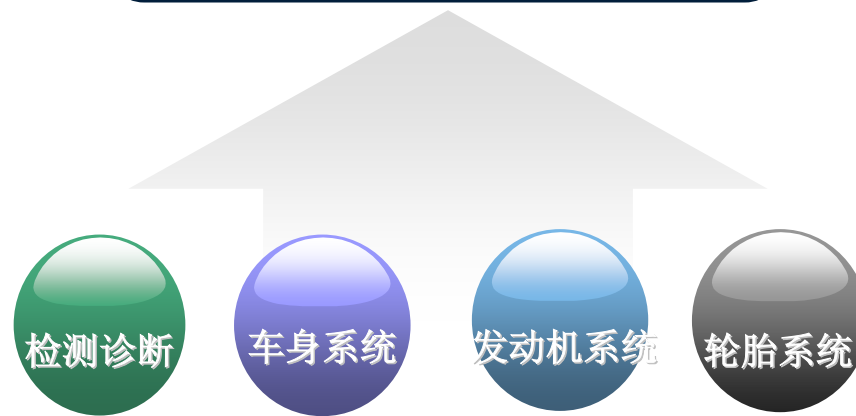
经营创新—服务功能细分延展—汽车修理城

- ❖ 配件销售、汽车和汽车养护、维修服务，真正形成大3S功能的一条龙便捷服务
- ❖ 将配件价格优势与维修城的维修成本优势结合，吸引中低端新车车主和3年或5年车龄以上中高端车主
- ❖ 专业细分做大规模，提升服务质量和水平
- ❖ 可以学习国外成功经验进行连锁经营，一个汽配城建立一个维修总店，在城市不同区域建立小型分店，统一服务规范和价格

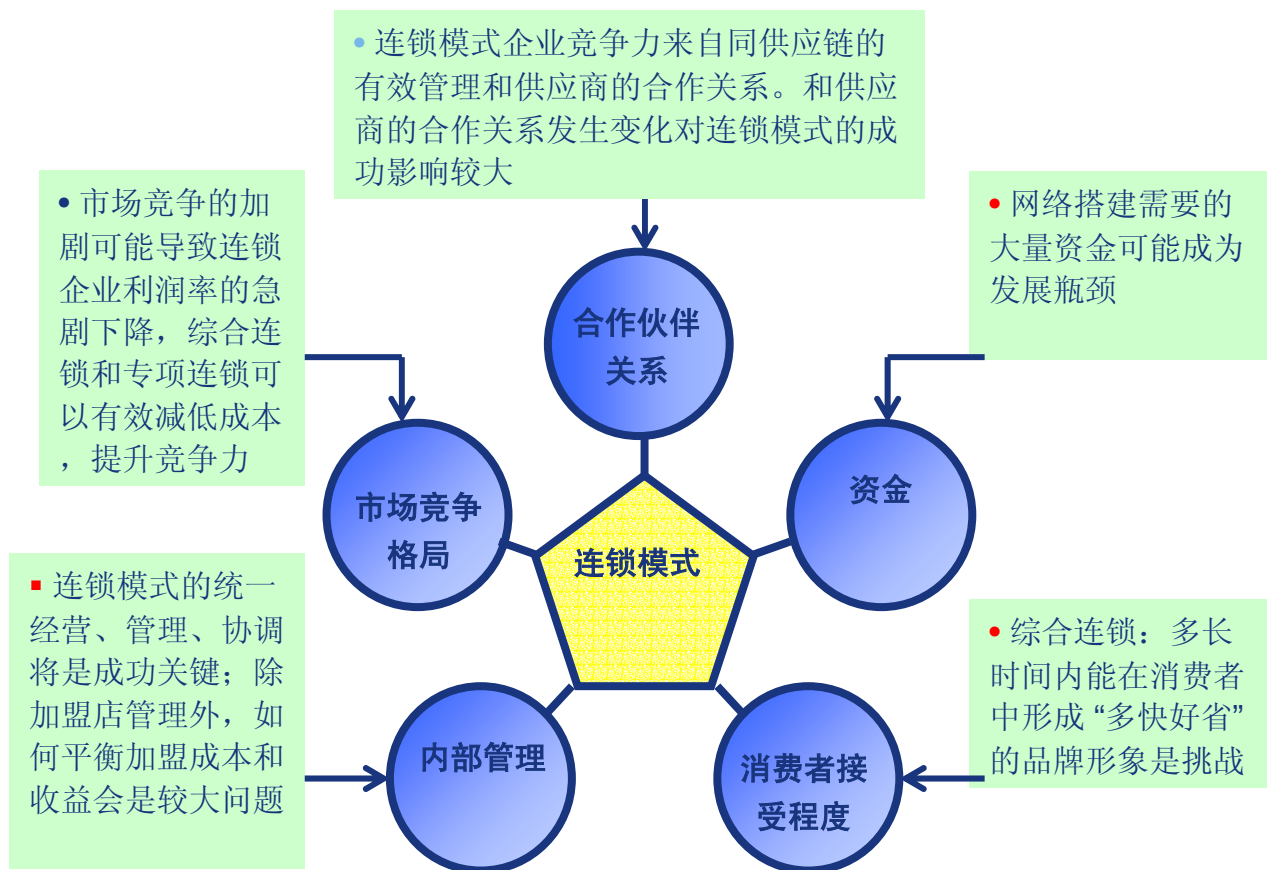
按照车系分类



按照维修保养内容分类



经营创新—连锁汽修经营业态



■对于综合性连锁企业和专项型连锁企业，有五个影响因素是决定其能否继续保持现有业态的关键

■同配件/产品供应商的合作关系对专项型连锁企业的成功是至为关键的因素

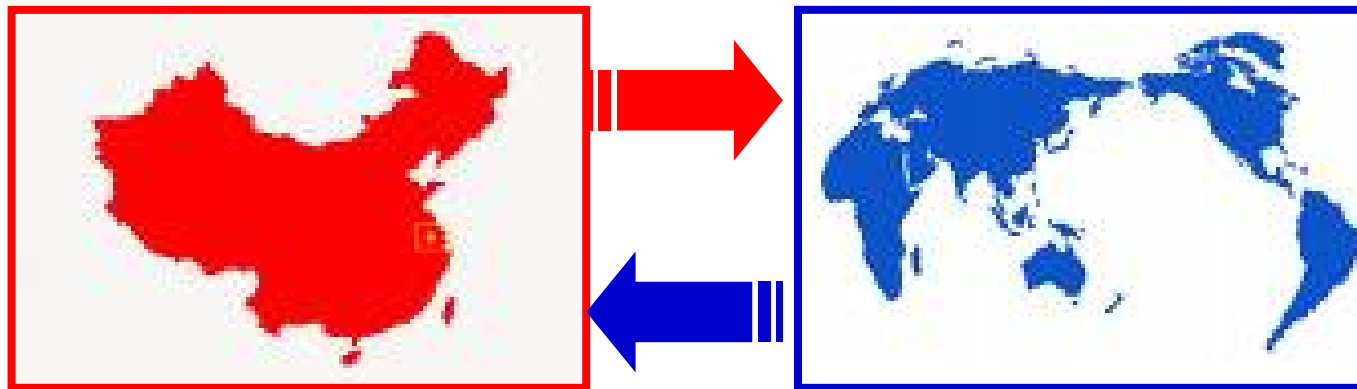
■资金对需要广泛布点的综合性连锁企业是成功的关键因素

■经营和管理连锁对于有众多加盟店的综合型连锁企业是必需跨越的障碍

经营创新—国际采购促进中心

- ❖ 权威的行业地位—具有行业协会的组织地位，制定规则 and 标准
- ❖ 可靠的信息渠道—及时获取准确的信息（产品、价格、供应商、采购商和相关政策信息）
- ❖ 完善的信息技术—设计功能先进操作方便的现代化的购销存管理管理系统和网上交易支付系统
- ❖ 先进的硬件设施—现代化的分类清晰销售大厅和仓储中心及相关配套设施
- ❖ 精锐的管理团队—熟悉国际贸易规则，了解汽配行业，具有现代化市场管理运作经验的团队

买中国卖世界



成功经验

- 经营团队具有丰富的汽车行业经验；
- 了解汽车行业发展规律和特征；
- 正确地引导和培育市场

专业化管理团队

- 改变传统混业经营的模式，进行专业细分，使市场更加规范
- 开辟汽保、汽修、汽车用品、汽车改装服务，在汽配城解决与车有关的所有问题
- 学习和借鉴国外先进的经营理念和方式

经营创新

- 设立准入门槛，要求产品生产厂家资质和渠道必须合法
- 设立技术监督部分，负责消费者投诉，以浮动租金进行奖励或处罚
- 推行索证索票加强质量监督
- 进行诚信公示和销量排行

管理创新



SINOTRUST
新 华 信



附录：新华信介绍



新华信是中国领先的信息和营销解决方案提供商

- ❖ 新华信收集、分析和管理关于市场、消费者和商业机构的信息，通过信息、服务和技术的整合，提供市场研究、商业信息、咨询和数据库营销服务，协助您做出更好的营销决策和信贷决策并发展盈利的客户关系

市场研究咨询服务

提供关于市场环境和消费者行为和态度的信息和分析，协助您在市场进入、市场细分、产品定位、价格策略、营销推广、渠道组织和管理等方面做出更好的商业决策

数据库营销服务

提供客户数据整合和清理、客户信息分析、潜在客户数据、数据库技术服务以及直复营销服务，协助您构建完整和单一视角客户信息，做出更好的营销和推广决策，发展盈利的客户关系

商业信息咨询服务

www.bizseller.cn
www.creditlink.cn

提供企业信用报告、企业数据库产品、行业信息、信用咨询以及相关数据管理技术服务，为您的信贷管理、营销拓展、行业分析以及竞争监测等提供充分的信息、决策和技术支持

新华信关键数据

- ❖ 1992年年末成立
- ❖ 在北京、上海、广州拥有员工约800人
- ❖ 在华的《财富》世界500强企业中有80%以上使用我们的不同产品和服务
- ❖ 拥有中国最大的机构数据库，动态更新1,400万家企事业单位和政府机构的信息
- ❖ 拥有1,300多万商务人士的营销资料
- ❖ 中国领先的数据库营销服务提供者，年完成100多个项目
- ❖ 中国领先的市场研究提供者，年开展专项研究近500个
- ❖ 中国最大的企业信用信息提供者，累计提供信用报告近30万份
- ❖ 中国第一家在线信用报告提供者，覆盖量达30万家企业

截至2007.3

汽车营销解决方案服务团队

广州汽车部

北京汽车部

上海汽车部

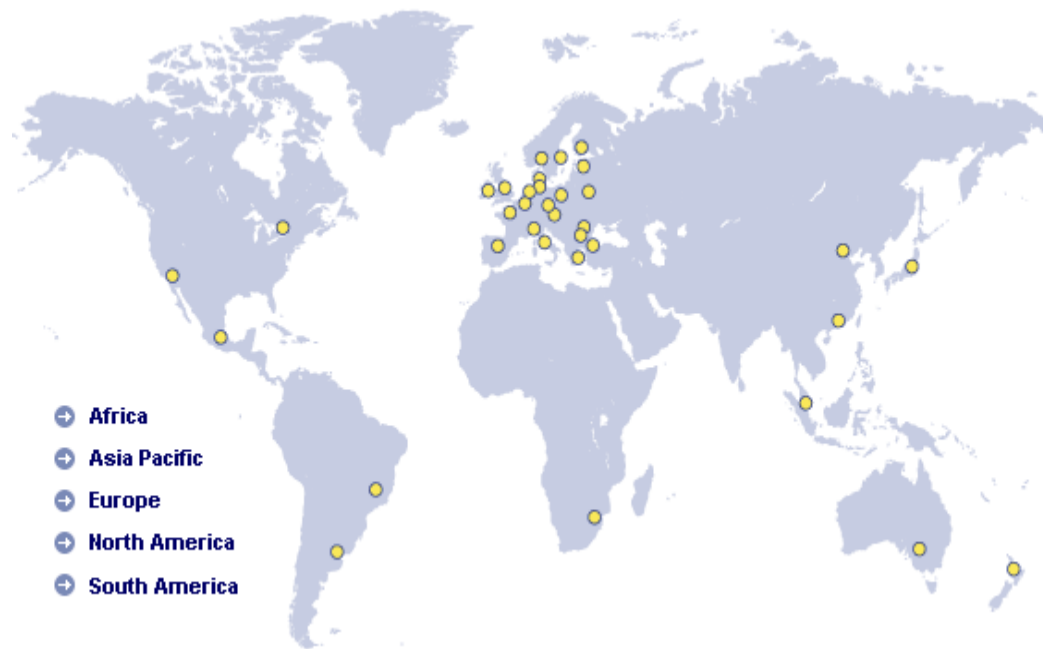
研究顾问部	用户研究部	产品研究部	零部件及水平业务研究部	商用车研究部	产业研究部	咨询部	数据库营销部
<ul style="list-style-type: none"> 技术和模型开发 售前支持 重点项目运作和管理 项目汇报 对其他团队的业务支持 	<ul style="list-style-type: none"> 用户满意度(CS)研究 品牌形象测量 用户研究 广告前测试 广告效果跟踪研究 促销效果研究 宣传资料测试 售后服务研究 价格测试 	<ul style="list-style-type: none"> 市场规模/销售预测 环境/政策分析 市场细分 竞争分析 新车型测试 产品定位 产品竞争力分析 车型改进研究 产品质量研究 再定位研究 新机会探测 	<ul style="list-style-type: none"> 零部件研究 二手车市场 汽车金融服务 汽车保险 汽车租赁 加油站 汽车俱乐部 汽车相关产品(如: 轮胎, 润滑油等) 汽车文化 	<ul style="list-style-type: none"> 商用车车型测试 产品测试 价格测试 品牌研究 用户满意度研究 用户研究 发动机研究 车辆外观研究 	<ul style="list-style-type: none"> 政策收集及分析 技术收集及分析 行业信息收集及分析 多用户报告 网络平台 motorlink.com 	<ul style="list-style-type: none"> 品牌规划 营销渠道 产品组合 产品上市咨询 经销商选拔与评估 营销活动咨询 	<ul style="list-style-type: none"> 数据整合和清理 销售线索挖掘服务 客户信息分析 直复营销活动的策划和执行 数据技术及内容服务



益百利是全球领先的信息服务和营销解决方案提供商

- ❖ 益百利 (www.experian.com) 是全球领先的消费者和商业信息服务和营销解决方案提供者(伦敦证券交易所上市公司)。益百利的客户遍布金融服务、汽车、零售、电信、媒体、保险、电子商务、制造业、房地产、公共事业、政府等。
- ❖ 2007年4月益百利集团与新华信合资

experian全球业务分布



益百利关键数据

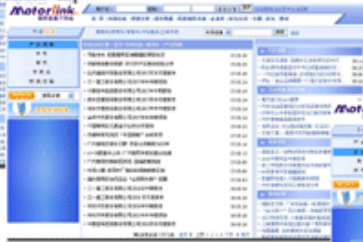
- 超过30年的市场经验
- 年销售收入31亿美元
- 全球12,500名员工
- 服务于60多个国家的50,000多个客户

新华信旗下Motorlink网站

乘用车市场信息



商用车市场信息



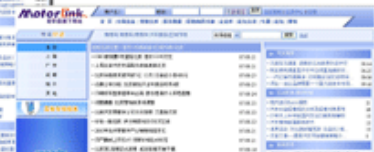
零部件市场信息



汽车服务市场信息



区域市场信息



研究报告



在线会议



企业库





致谢

- ❖ 感谢韩秘书长和乔付秘书长为这个研究提供了大量的素材和案例
- ❖ 感谢北京西郊汽配城、四元汽配城、上海东方汽配城、浙江宝马汽配集团和徐州中国汽配城等老总将他们经营理念 and 业态创新思路无私地进行分享



SINOTRUST
新 华 信

www.themegallery.com

Thank You !