

汽车后市场咋玩，“长沙模式”或可复制

同质化制约发展，连锁化、信息化、品牌化或成趋势



别摸着石头过河，看看几万亿的汽车后市场该怎么玩。

随着中国新车市场一跃为全球第一，一个万亿级汽车后市场呼之欲出，引得各路资本蜂拥而至。与此同时，湖南的汽车后市场也正提速前行；中汽协推出的首个综合性汽车产业园——“车智谷”日前落户长沙，项目总投资50亿元，将被打造成样板，在全国复制。

然而，缺乏行业标准、同质化严重、信息建设滞后等问题正阻碍着当下方兴未艾的汽车后市场的进一步发展。连锁化、信息化、品牌化被业界一致认为将是汽车后市场发展的主要趋势。

亿万级汽车后市场呼之欲出

“过去三年里，我国汽车后市场迎来了井喷式的发展契机。”近日在长沙举行的2016中国汽车工业协会后市场年会暨发展国际论坛上，中国汽车工业协会副会长兼秘书长吴绍明如此介绍。

汽车后市场是指汽车销售后，围绕汽车使用过程中所提供的各种服务行业，其中包括汽车养护、维修、金融、租赁、二手车及汽车文化等领域，且其发展直接受限于汽车保有量水平。而在吴绍明看来，一方面，随着我国汽车产销量连续7年蝉联全球第一，国内汽车保有量早已形成规模；另一方面，国内不断涌现的新理念、新技术、新模式也推动着后市场领域加速发展。

据公安部交管局统计，近五年我国汽车保有量均以高于10%的速度增长，到2015年，国内汽车保有量已达1.72亿辆。

“在未来10年内，中国汽车后市场每年将保持两位数以上的高速增长。”本地一业内人士告诉记者，国内汽车保有量的增速虽在近年有所下滑，但家庭拥有量仍与发达国家有一定差距，这也为汽车后市场的发展储备了更多后劲。

此外，从目前整个汽车业的利润构成分析，也可得出我国汽车后市场将持续增长。数据显示，在发达国家市场，汽车制造与销售利润约占整个汽车

产业利润的20%，零部件供应利润约20%，其他60%的利润都是在服务领域；而在我国汽车销售利润占近60%，与成熟市场形成极大反差。

北汽集团董事长徐和谊曾表示，未来在汽车的产业链条上，北汽的制造业只有整个链条10%的利润，零部件会占据20%—30%的利润，而处于后端的服务业将有60%—70%的利润。据《2013—2017中国汽车后市场蓝皮书》估算，汽车后市场整体行业利润可以达到40%至50%，个别细分行业的利润甚至可以达到100%至200%。“尽管这些数据有可能被高估，但不能否认的是，汽车后市场已经成为整个汽车产业链中最为耀眼的金矿。”

链动数据副总经理周鑫介绍，中国汽车后市场其实远超过于中国新车的销售市场，2015年中国汽车后市场的规模已经超过3万亿，2017年可能就会超过4.5万亿的水平。

中国汽车流通协会副秘书长肖政三表示，汽车后服务市场是个1+N万亿额度的潜在市场，其中汽车保费、二手车交易额、汽车金融规模将成为未来收入增长的主要来源之一。

百强发布会上，汽车之家CEO秦致以一线城市经营超过十年的一个合资品牌的4S店为例，通过分析其2015年全部的数据，得出的结论是，经销商超过七成利润来自后市场。

企业、资本热捧，政策助力

近两年，随着汽车业热点从产业链的中上游下移至售后领域，汽车后市场备受业内企业热捧。目前包括上汽集团、东风日产、上汽通用及福特中国等都已开发出快修连锁品牌；庞大、宝丽德、浙江元通等汽车经销商品牌，也正布局汽车后市场；而阿里巴巴、百度、腾讯等国内互联网巨头更是纷纷切入汽车金融领域；另外一些主打后市场的创业、创新企业更是如雨后春笋般涌现。

除了各大企业在汽车后市场上集中发力外，资本市场也

对其趋之若鹜。据统计，在2015年5月的一个星期时间内，就有6家汽车后市场公司获得风投资本的青睐，融资规模从数千万元人民币到上亿美元。2015年5月18日，喀嗒巴士获3700万元的A轮融资；5月20日，汽车上门保养平台“车女婿”宣布获得数千万元的A轮融资；5月21日，车点点宣布获数千万元的pre-A轮融资；5月22日，摩卡i车宣布获得鼎肆投资和复星昆仲的千万美元A轮融资；5月23日，一嗨租车宣布获得老虎全球基金和SRS Partners联合战略入股，总金额1.34亿美元；此外去年5月22日，人人车也被爆即将完成C轮融资6000万美元融资。

在经历了去年下半年的资本寒冬后，今年资本市场对汽车后市场的投资虽趋于理性，但投资力度仍然十足。今年6月6日，直营连锁+互联网模式的汽车后市场服务平台，集群车宝对外宣布获逾亿元A轮融资。今年6月16日，专注于4S店汽车后市场服务的乐车邦宣布获得5000万元A+投资，而其在26天前刚宣布获得一笔1.3亿元的A轮资金。

“早在2014年，贝恩资本就向汽车后市场企业进行了1000万元的风投。”有投资教父之称的竺稼表示，从近两年资本市场对汽车后市场的投资力度，足可看出大家对国内汽车后市场寄予厚望。

今年3月，国务院发布的《关于促进二手车便利交易的若干意见》规定，除了国家鼓励淘汰和要求淘汰的相关车辆及国家明确的大气污染防治重点区域外，已经实施限制二手车迁入政策的地方，要在2016年5月底前予以取消。记者于近日也了解到，湖南省关于取消“限迁”的文件也正在制定中。

值得一提的是，3月28日，湖南省政府办公厅印发的《湖南省消费导向型旅游投资促进计划》更是提到，到2020年，将依托省、市、县、点四级游客咨询服务站建设150个自驾车房车营地。

■记者 胡锐 实习生 李洋

本土落点

湖南汽车后市场发展提速

在国内汽车后市场如火如荼地进行时，湖南汽车后市场的发展也开始提速。

6月1日，为期2天的中国汽车工业协会后市场年会暨发展国际论坛首次在长沙举行。期间，中汽协与本地企业湖南星通汽车共同宣布，将在长沙共建汽车后市场产业园“车智谷”，并现场签订协议。据知，该项目是中汽协首次推出的一个综合性汽车产业园。

“对长沙汽车后市场的发展信心十足。”中国汽车工业协会副秘书长师建华告诉记者，之所以将首个项目落户长沙，正是因为长沙已完全具备了发展汽车后市场的诸多条件。按计划，产业园将获50亿元建设资金，并将被打造成样板项目，在全国加以复制、推广、升级。

与此同时，湖南省汽车后市场行业协会也于6月2日正式发起

筹备，意味着湖南汽车后市场的发展将更为规范。而在之前，本地已成立了省二手车流通协会、省汽车租赁协会、省汽修协会等后市场类协会。

“正是因为进军后市场，才保证了企业的持续健康发展。”本地汽车经销商巨头湖南永通汽车的董事长蒋宗平介绍，他在几年前就看中了汽车后市场的前景，并提前布局，到现在，湖南永通已在汽车租赁、保险、金融、二手车等后市场领域拓展业务，并取得了不错的利润。“我们将深耕后产业链，二手车将是其中一个重要板块。”

此外，长沙目前形成了以中南汽车世界、高桥汽配城、河西麓谷汽配城等为代表的有形汽车后市场群。而在5月31日，长沙首个汽配电商平台“易易购”正式上线，标志着本地汽车后市场企业的电商化进程开始提速。

问题

行业变红海、同质化严重

“现在行业存在僧多粥少的情况，大量后市场企业将面临淘汰。”威固中国董事长潘丽华指出，目前国内汽车保有量约1.7亿辆，但各类汽修加汽车装饰店则多达58万家，这也意味着平均每家店服务不到300辆车，长远来看，这在低频率的汽修业显然不甚合理。

今年4月，国内最大的O2O洗车及养护平台，博湃养车宣布倒闭。其实从去年开始，国内的汽车后市场O2O界就刮起了一阵倒闭潮。在D+护车负责人刘保看来，这些倒闭的企业只是借了O2O的势，却并未抓住真正的痛点。“他

们把目光聚焦在了规模和速度上，却因忽略了服务质量而被用户抛弃。”

有人为博湃算过一笔账，按每月15万订单来算，一般中低端车保养的客单价约500元，毛利只有30%左右，再减去人工、材料以及快速铺开市场的成本，要实现盈利是一件极难的事情。

“行业同质化竞争严重。”上海成软件股份有限公司总经理陈洁对此解释，据他们的调查发现，目前汽车后市场企业真正专业的并不多，他们的基础服务和信息建设相对滞后，同时都陷入低价的同质化竞争。

趋势

连锁化、品牌化、信息化

在这亿万级的汽车后市场，企业如何才能在激烈的竞争中分得一份羹，并取得长期发展呢？

“连锁化将是发展的主要趋势。”在潘丽华看来，连锁模式具有规模经济优势，可整合采购、配送、物流等渠道，精简管理使成本最小化，从而实现价格优势及利润最大化。她介绍，与中国的传统汽修厂占据主要市场份额不同的是，美国的汽车售后保养市场上，占据半壁江山的是专业的汽修连锁品牌店；此外才是专业汽车4S店；最“弱小”的则是传统汽修厂。

此外，汽车后市场企业的品牌效益也为业内专家们所看中。

在广东好快省汽车服务有限公司董事长于洪江眼里，目前国内汽车售后维修企业的困境之一，便是缺乏品牌公信力。所以他认为，品牌化将是汽车后市场未来发展的一大趋势。

“在大数据时代，不论是什么行业，信息化将是必不可少的，汽车后市场领域也同样如此。”芒果汽车CEO吴越认为，未来不再有传统行业与互联网行业的界限，一个企业在借助互联网实现信息化的同时，也应具备提供好的线下服务的能力。对此，师建华也表示，中汽协在未来的工作重点之一便是推动后市场行业的信息化、品牌化。