

市场规模2015年将达7000亿元

车商加速淘金后市场蓝海

事实上,近年来随着汽车售后服务市场的繁荣与车主服务需求的多样化、个性化,有关汽车后市场服务的争论一直受到业界的广泛关注。当前,一些深入影响汽车后市场发展的新法规、新政策已经实施,车企及经销商正经历从销售主导型向服务型的战略调整。在售后服务模式、渠道产品的多元化大趋势下,车主对于售后服务的期望值也发生了巨大变化。

日前,在由寰球汽车传媒旗下车人网以及中国质量协会全国用户委员会、中国汽车后市场总会联合举办的第四届中国汽车后市场服务大会上,中国汽车后市场总会会长王笃洋在接受北京商报记者采访时表示,“2014年我国汽车销量为2349.19万辆,同比增长6.86%。汽车市场蛋糕越来越大,但销售呈现慢增长的状态。面对白热化的竞争新形势,汽车营销开始由重资源性市场向服务型市场转变。因此,售后服务对车企品牌建设和经销商盈利的作

相关调查显示,今年我国汽车后市场规模将达到7000亿元,市场潜力巨大。同时,中国汽车市场销售已经进入到低速增长阶段。汽车市场激烈的竞争形势,正在迫使汽车营销由重资源型市场向服务型市场转变,而这些变化势必推动汽车营销发生变革与创新。

用已提升到关键地位”。

王笃洋指出,国内汽车后市场规模在2015年能达到7000亿元、汽车零部件流通市场达到4500亿元、汽车用品市场达到近5000亿元,汽车租赁也有150亿元的市场。同时,汽车改装业的产值有800亿元、二手车市场规模有2500亿元、汽车保险有四五千亿元……“这些数字加起来已超过2万亿元。国内目前的变化和发展为汽车销售市场和汽车消费市场提供了创新和发展的新机遇,值得所有车企经销商、电商以及媒体的关注与研究。”

十年前,随着国民收入的快速增长,购买汽车产品的欲望开始日益强烈,导致消费者对价格很注重,对售后服务不是很在意。近年来车市增速放缓,竞争更加激烈,已明显变化为由前端的销售向汽车后市场延伸。国家发改委价格监测中心汽车行业首席分析师程晓东表示,“总体来说,之前生产厂家占主导地位,而现在已经转变成生产厂家、经销商以及消费者三者找到平衡发展的渠道。同时,市场环境和政策导向也发生了一些变革,品牌管理办法在修订,工商总局也停止了品牌的授权备

案,之前还发布了《加强汽车维修若干意见》。政策导向明显,有可能对于传统4S店营销模式造成颠覆性的影响,出现一种新常态。我认为这是一个时代的变革,是一个关键的时刻”。

由于整车市场销售增速下降,车商重视售后的倾向已经非常明显。专家指出,去年整车市场销售表现比较红火,但真正爆发的却是汽车后市场。一方面,越来越多消费者开始认可电商服务环节;另一方面,消费者开始逐渐认可售后电商这种产品。因此,电商平台与后市场服务的结合,也是未来一段时间车商应该关注及推进的重点。

总之,业内人士普遍认为,中国汽车市场未来发展重点将在售后服务方面已是不争的事实,各大车企应积极应对,对后市场未来发展趋势做出及时准确判断,才能跟上车市发展步伐,在未来的竞争中不被淘汰。北京商报记者 王万利

· 信息 ·

“奥迪品荐二手车”再创新纪录

刚刚过去的2014年,一汽-大众奥迪以575077辆的销量,再次刷新中国高档车市场单一品牌新车销售纪录,而在二手车领域,一汽-大众奥迪同样斩获颇丰。2014年,“奥迪品荐二手车”共销售二手车31897辆,同比增长20.1%;认证二手车18314辆,同比增长33.5%,均创造了高档品牌二手车的新纪录。

据了解,一汽-大众奥迪在2004年率先开展二手车业务,至2014年的十年间,已累计置换二手车30万辆,销售奥迪二手车超过10万辆。特别是在2014年,“奥迪品荐二手车”置换量达到80742辆,直接为一汽-大众奥迪2014年的新车销售贡献了14%的销量。目前,一汽-大众奥迪已经拥有352家授权二手车经销商,并建成超过100家“奥迪品荐二手车”标准展厅,“奥迪品荐二手车”实现了对全国所有主要区域的全面覆盖。

途观1.8TSI手动限量版问世

上海大众汽车途观2015款1.8TSI手动限量版日前问世,该车搭载TSI涡轮增压汽油直喷发动机与6速手动变速箱,还装备有定速巡航、Panorama全景电动天窗等以往仅在舒适版或豪华版车型上提供的配置,带来更加安全、舒适与智能的驾乘感受。

该车型的问世,不仅为手动驾驶爱好者提供了更丰富的选择,也带来了更高的性价比。途观2015款1.8TSI手动限量版配备的TSI涡轮增压汽油直喷发动机,连续多年荣获“世界十佳发动机”称号,“低转高扭”的TSI发动机集涡轮增压系统、燃油缸内直喷技术以及可变气门正时功能于一身,在输出强劲动力的同时,实现低燃油消耗。与之匹配的6速手动变速箱同样保持了燃油经济性这一优势,较高的传动效率降低了车辆的油耗。

天津一汽推新春贺岁钜惠

为回馈消费者多年来的支持与厚爱,即日起至2月17日,天津一汽在全国范围内开展“三羊开泰 骏派送福”,为广大新老用户送上钜惠豪礼。而在天津一汽旗下众多车型中,骏派D60是都市精英们不错的节日购车选择。

骏派D60运用国际一流的设计语言完成整体的造型设计,将运动感表现得淋漓尽致,盾形的中控台透出一股年轻时尚的气息。骏派D60搭载了1.5L和1.8L两款发动机,特别是1.8L发动机与6AT变速箱的黄金组合,给用户更多的选择空间和驾乘新感受。在安全配置上,骏派D60毫不含糊,不仅拥有牵引力控制、稳定系统、刹车优先等配置,还配备6安全气囊,达到五星安全碰撞标准。

北京商报记者 钱瑜/整理

北汽提供500辆纯电动车春节免费租用

日前,由北汽新能源与富士康集团共同投资组建的电动汽车分时租赁公司——北京恒誉新能源汽车租赁有限公司(以下简称“恒誉公司”)正式开业,并在开业当天为获得“电动绿狗闹京城,免费租用贺新春”的首批用车市民举办了发车仪式。

据介绍,恒誉公司推出的“电动绿狗闹京城,免费租用贺新春”公益活动,旨在春节用车高峰时间为广大急需用车一族提供免费帮助,借助纯电动汽车为北京创造“春节绿色出行”的社会氛围。北京市民免费租用的500辆E150EV纯电动汽车将分两批投放使用,申请人可登录“绿狗车纷享”官网或者北汽新



能源京东旗舰店了解详情并报名。

业内人士普遍认为,分时租赁在不同时间段分配给不同用户使用,鼓励短时用车、衔接式用车,不仅使车辆在城市中的使用效率最大化,而且也为民提供了体验新能源车的机会,可谓一举两得。

作为目前国内纯电动汽车销量排名第一的品

牌,北汽集团于2014年初成立了国内首家股份制新能源汽车公司,成立仅仅1年,北汽新能源便实现了快速发展。数据显示,该公司2014年销售纯电动车5510辆,同比增长238%。

此前,北汽新能源发布了“卫蓝事业计划2.0”,宣布2015年要达到2万辆销售目标,这比2014年的销量增长约263%。到2020

年,北汽新能源将力争实现整车销售20万辆以上。为了实现上述计划,北汽新能源总经理郑刚表示,在产品方面,公司今年将推出6款纯电动车型,包括基于欧洲设计打造的高级纯电动轿车、A级、A0级纯电动轿车以及纯电动冷链车、1.5吨电动卡车等。为了加速市场推广,北汽新能源年内还将新建10家4S店、17家4S店二级网点、100个销售展厅以及10家售后服务店。此外,充电设施建设也将与新车销售同步推进,根据“441”充电业务战略规划,北汽新能源将重点布局北上广深四大城市,完成1万个自建公共充电设施。

北京商报记者 钱瑜

别克装置艺术展登陆京城时尚商圈

当穿越、快闪、街头秀都不能算新鲜的时候,什么才会引发京城三里屯太古里潮人的关注。显然不是与己无关的神奇,也不是停留在表面的震撼,而是可以引发深层思考的触点。日前,“印象水际”别克昂科威装置艺术展在北京三里屯太古里南区橙色大厅上演。最平常不过的水,大胆绽放极限、突破形态,引发众多观众驻足,且启发了大家对生活能量的思索。

这一场装置艺术展由别克文化艺术平台“越视界@别克”邀请欧洲知名多媒体装置艺术家与德国水幕装置研发团队倾情打造。展示现场,装置艺术大师借助别克昂科

威“多10%”的设计灵感,利用动态光影与声效的幻化,精心设计4D水幕互动。通过互动装置,观众与别克昂科威一起进行了表达自我、充满趣味的交互。

“越视界@别克”是别克品牌文化艺术平台的重要组成部分。2011年推出“3D楼体秀”、2012年携法国著名装置艺术家 Serge Salat推出艺术展以及“梦幻之旅”,今年再度上演“印象水际”,“越视界@别克”主张,以前行于时代、独树一帜的艺术形式拓展观众视野,诠释新生代都市精英对艺术、科技、生活品位的追求。

“水过无痕”是传统经验对水的认识。4D水幕装

置打破樊篱,以水幕为画布、以水滴为笔墨,配合声、光、电,实现机械、科技与艺术的巧妙融合。当瀑布状的小水滴在晶莹、流动的水幕上尽情展示传统文字、图像和动态视频之际,观者不仅感受到了科

技的力量,更体会到以“创造”为力,寻常物体乃至生命可以演绎怎样令人震撼的精彩。据悉,该装置艺术巡展将陆续在上海、杭州、大连、武汉、广州等全国10个城市展出。

北京商报记者 刘洋

