

ZHONG GUO QI CHE

LIU TONG

中國汽車流通

2018年7月 总第14期

主办：中国汽车流通协会

www.cada.cn

捕捉商机 共享价值

2018 二手车行业大会纪实

经销商集团二手车业务发展与展望

我国二手车交易市场的发展前景展望

AutoNation V.S 广汇 中美最大经销商集团二手车业务对比



CADA

HAIKOU



2018年11月1日-3日



中国汽车流通协会
China Automobile Dealers Association

中国汽车流通行业年会暨博览会
China Automobile Dealers Industry Convention & Expo

捕捉商机 共享价值

2018年6月27日-29日，第四届CUCA中国二手车大会在大连国际会议中心召开。本届二手车大会主题内容涵盖二手车行业政策解读、市场需求深度解剖、二手车生态圈的建设、互联网技术与电商平台的发展、资本关注点、金融新思维、国际成熟市场发展经验以及2018中国二手车市场发展趋势等前瞻行业焦点议题。本期封面文章“捕捉商机 共享价值——2018二手车行业大会纪实”，对本次会议重点内容进行梳理汇总，带读者一同领略本次二手车大会的风采。

作为二手车行业的两大主角，经销商集团和二手车交易市场有其不同的发展轨迹和前景，本期深睿观察栏目中，《经销商集团二手车业务发展与展望》和《我国二手车交易市场的发展前景展望》二篇文章，分别剖析了经销商集团二手车业务的特点与发展趋势及二手车交易市场的现状和发展前景。

美国作为成熟市场，其二手车市场发展经验值得我国二手车经营企业借鉴。本期他山之石栏目《Carmax年报分析》一文分析了美国Carmax2017年财报数据，为国内企业二手车经营提供参考。

脚踏实地，蓄势待发。我们期待二手车市场中各个参与主体在二手车行业的大舞台上演奏出华美乐章。

2018年7月

11 封面文章 Cover Story

“捕捉商机 共享价值”

——2018二手车行业大会纪实

2018年6月27日-29日，第四届CUCA中国二手车大会在大连国际会议中心召开。本届二手车大会主题内容涵盖二手车行业政策解读、市场需求深度解剖、二手车生态圈的建设、互联网技术与电商平台的发展、资本关注点、金融新思维、国际成熟市场发展经验以及2018中国二手车市场发展趋势等前瞻行业焦点议题。

63 区域市场 Regional market

四川省汽车市场分析

2017年，四川省新车注册量为117.9万辆，占全国注册量的5.03%。同时，四川省2017年二手车交易量为88.2万辆，占全国比重的7.11%，四川省消费者对汽车的需求旺盛，四川省汽车市场前景乐观。

山西省汽车市场分析

2017年山西的汽车市场呈平稳增长之势，2017年新增乘用车注册量 73.9万辆，占全国新增乘用车注册量的3.15%，截止2017年底，山西省授权汽车经销商816家，占全国的2.86%。

29 深睿观察 Depth observe

我国二手车交易市场的发展前景展望

我国二手车行业已经驶入了快车道。据中国汽车流通协会官方数据显示，2017年，我国二手车交易量为1240.09万辆，同比增长19.33%，累计交易金额为8092.72亿元，同比增长34%，达到历史新高。



目录 Contents

卷首语 From the Editor

01 捕捉商机 共享价值

车市速览 News Overview

04 国内资讯

07 厂商动态

协会之声 Voice of the Association

09 协会之声

封面文章 Cover story

13 “捕捉商机 共享价值”2018二手车行业大会纪实

深睿观察 Depth observe

27 【蓝皮书节选】经销商集团二手车业务发展与展望

30 【蓝皮书节选】我国二手车交易市场的发展前景展望

经营关注 Management attention

33 中美最大经销商集团二手车业务对比

行业聚焦 Industry focus

35 “售后服务质量提升及标准体系建设”

研讨暨汽车售后服务分会第八次联席会议在成都召开

39 全面提升汽车售后服务质量 各区域沙龙工作进展阶段报告

41 新征程·新思路·新作为·新气象

——第三届中国汽车救援行业大会召开

他山之石 *Outside the Box*

48 CARMAX年报分析

50 美国第十二大汽车经销商集团——路德集团的销售之道

区域市场 *Regional market*

52 四川省汽车市场分析

54 山西省汽车市场分析

权威发布 *Authority issued*

56 2018年6月份汽车消费指数为63.4

57 2018年6月份中国汽车经销商库存预警指数为59.2%

58 2018年6月份中国二手车经理人指数为47.1%

统计数据 *Statistics*

60 统计数据

中国汽车流通



2018.7 第3期 总第14期

主 办：中国汽车流通协会

协 办：省市汽车流通协会

承办单位：中国汽车流通协会产业协调部

主 编：沈进军

副 主 编：刁建申 肖政三

编 委 会：刘文姬 罗 磊 王 都
宋 涛 郎学红

编 辑 部：中国汽车流通协会会员部

中国汽车流通协会产业协调部

电 话：010-68392501

传 真：010-68392510

E-mail：editor@cada.cn

出版日期：2018年7月

本刊声明：内部刊物

[国内资讯]

发改委&商务部：外商独资新能源车企准入正式获批

6月28日，国家发改委、商务部发布《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2018年版）》，自今年7月28日起施行。对于新能源汽车领域，发生了什么？新能源汽车领域的外商股比和外商合资数量要求，将正式取消。

中国对美进口车关税再次调整，税率增至40%

6月16日，国务院关税税则委员会发布公告决定对原产于美国的500亿美元进口商品加征关税。公告称，2018年6月15日，美国政府发布了加征关税的商品清单，将对从中国进口的约500亿美元商品加征25%的关税，其中对约340亿美元商品自2018年7月6日起实施加征关税措施，同时对约160亿美元商品加征关税开始征求公众意见。美方这一措施违反了世界贸易组织相关规则，有悖于中美双方经贸磋商已达成的共识，严重侵犯我方合法权益，损害我国国家和人民的利益。根据《中华人民共和国对外贸易法》《中华

人民共和国进出口关税条例》等法律法规和国际法基本原则，经国务院批准，国务院关税税则委员会发布公告决定，对原产于美国的659项约500亿美元进口商品加征25%的关税，其中对农产品、汽车、水产品等545项约340亿美元商品自2018年7月6日起实施加征关税，对其余商品加征关税的实施时间另行公告。

广东最新产业发展意见出炉 新能源汽车取消限牌限行

6月15日，广东省政府发布《关于加快新能源汽车产业创新发展的意见》，加快新能源汽车规模化生产，加强创新能力建设、强化新能源汽车推广应用，加快新能源汽车充电、加氢基础设施建设，推进产业集聚发展等方面进行了详细指引。其中，《意见》明确提出了支持互联网企业进入新能源汽车行业，取消对新能源汽车的限牌限行，全省新建住宅必须100%配备充电设施等等。

北京发布最严限外令

6月15日，北京市交通委员会、北京市环境保护局、北京市公安局公安交通管理局发布《关于对部分载客汽车采取交通管理措施的通告》。根据通告：2019年11月1日起，外埠车进入六环路（不含）以内道路和通州区全域范围道路（不含高速公路主路）行驶的，须办理进京通行证。每辆车每年最多办理进京通行证12次，每次办理的进京通行证有效期最长为7天。

江西发布新能源汽车奖励办法，销售超5万辆乘用车奖励3600万元

6月13日，江西省政府制定了《2018年江西省新能源汽车推广应用奖励办法的通知》，通知明确，新能源乘用车按销售数量最高奖励3600万元，新能源客车按销售数量最高奖励1500万元，新能源专用车按销售数量最高奖励600万元。“三电”系统生产企业与新能源汽车生产企业完成配套的，年配套销售额超过（含）1.5亿元，奖励200万元；年配套销售额超过（含）5亿元，奖励500万元；奖励金额500万元封顶。

北京第九批环保车型目录发布，广汽传祺/腾势等113款电动车型入选

6月12日，北京市环保局发布《2018年度第九批符合环保排放标准车型目录的公告》，其中包括2018年第九批电动车型目录。北汽、上汽、金龙联合、长安等18家企业的113款车型入选。

上海发布分时租赁细则需标配人脸识别

6月12日，上海市交通委员会发布了《上海市小微型客车分时租赁管理实施细则》，细则中提到，为规范上海市小微型客车分时租赁的经营行为，进一步促进新能源汽车分时租赁的发展，将围绕经营者、车辆要求、服务范围、收费管理、信息安全等方面细化标准和要求。该细则自2018年7月15日起施行，有效期至2023年7月14日止。

神州租车就销售车辆业务与神州优车订立新框架协议

神州租车公布，2018年6月25日，公司与神州优车股份有限公司订立新框架协议，内容有关销售集团车辆业务。公司估计，截至2020年12月31日止3个年度，根据新框架协议就透过优车集团销售平台，向终端用户销售车辆，向优车集团支付佣金的年度上限分别为人民币2.4亿元、2.9亿元、3.4亿元。新框架协议反映了更为多样化的汽车销售渠道，其将令集团与优车集团间未来的关联交易量大幅下降。新框架协议为期不超过3年，并须受当中规定的条款及条件所规限。

途虎养车与将军轮胎达成深度合作 首家联合品牌旗舰店正式揭幕

6月25日，德国大陆马牌轮胎旗下将军轮胎与国内汽车养护品牌途虎养车达成深度合作关系，并携手合作伙伴途虎养车宣布双方合作的全国首家线下途虎养车-将军轮胎旗舰店正式开业，这也是第一家拥有“将军轮胎”品牌标识的官方授权零售店。

车工坊今年门店数量将突破1000家

2018年6月，上汽通用旗下连锁汽车服务品牌——车工坊大步提速。自2016年启动试点，车工坊经过两年多的探索，目前已在全国29个省份、167个城市开设了近500家门店，车工坊俱乐部会员人数也已超过20万人，预计今年投入运营的门店数量将突破1000家。

金固股份连拿两大汽修连锁 汽车超人战略入股名骏百盛

6月20日，A股上市公司金固股份发布公告，旗下汽车超人将与新三板挂牌企业精典汽车展开资本层面合作，加速新零售业务布局。随后，金固股份汽车超人与苏州名骏百盛汽车服务连锁签订股权合作，整合汽修服务连锁，植入智慧门店系统，布局新零售。

[国内资讯]



苏宁跨界新能源汽车 与北汽洽谈战略合作

6月17日，在南京，苏宁控股集团董事长张近东接待了北汽集团董事长徐和谊一行，双方就各自发展战略和需求进行了详细的交流，共同探讨新能源业态布局，推进双方业务合作。分析人士表示，双方此次会面预示着苏宁跨界新能源汽车的前兆。

汽车超人与云南快易修成立合资公司

6月15日，汽车超人（特维轮网络科技【杭州】有限公司）正式对外公布，与云南快易修汽车服务连锁企业正式成立合资公司——云南快易修汽车企业管理有限公司。接下来双方将在云南区域进行汽车服务连锁事业的共同发展，更进一步与互联网接轨。值得注意的是，6月13日汽车超人刚刚与精典汽车实际控制人签订合作框架协议，战略入股四川精典汽车服务连锁，整合150家门店布局新零售。

汽车之家与江淮汽车签署战略合作协议

6月14日，汽车之家宣布与江淮汽车达成全面战略合作意向。根据战略合作内容，双方将整合优势资源，重点在品牌推广、营销创新、大数据应用等领域开展深度合作，共创发展机会。

毛豆新车网与车势科技达成全方位战略合作

6月13日，毛豆新车网与汽车数字零售服务商车势科技在北京签订战略合作协议，在此次合作的框架下，双方将共同推进线下汽车零售门店的轻量化与智能化进程，并在构建汽车数字化零售平台方面展开全方位合作。

乐车邦新开19城增500家4S店

6月12日消息，乐车邦创始人林金文表示，乐车邦共计开通19个城市，上线500家4S店，进一步完善了服务网络在重点城市的布局，推动新一轮4S店向新零售的转型。

汽车之家1亿美元战略投资天天拍车 进军二手车市场

6月6日，汽车之家，宣布以1亿美元可转债形式战略投资二手车线上拍卖平台——天天拍车。此次投资完成后，双方将共同打造“二手车交易诚信平台”。同时，这也意味着汽车之家通过资本撬动二手车行业资源，进军二手车市场。

京东与4大汽配品牌联合签约 进一步拓展易损件核心品类

5月29日，京东与盖茨、天纳克、大陆、凯迩必4大国际知名汽车配件品牌举行联合签约仪式。此次联合签约也代表着京东汽车后市场B2B业务在汽车无界零售战略的全品类规划中，易损件品类进一步拓展到制动、减震、正时等核心品类。根据规划，京东与品牌还将在供应链、技术、物流，以及终端授权门店等方面进行深入合作。



上汽大众将生产、销售奥迪汽车

2018年6月26日，记者从上海汽车集团股份有限公司获悉，德国大众汽车公司已经将其持有的上汽大众汽车有限公司股份中的1%转让给奥迪股份有限公司。从我国法规和产业政策的角度来说，这意味着上汽大众已具备生产和销售奥迪品牌产品的资质。

威马北京总部正式成立 拉开新零售渠道拓展序幕

威马汽车成立于2015年12月，是国内新能源汽车企业；今年4月，首款量产车EX5正式上市。记者从威马汽车官方获悉：2018年6月22日，威马汽车在京举办了威马智联科技（北京）有限公司成立揭牌仪式，宣告威马汽车首个区域总部正式成立，同时也吹响了威马汽车渠道拓展的号

丰田与7-11摸索自动驾驶新服务：移动便利店将面世

6月20日，据日媒报道，丰田汽车日前与日本快递企业雅玛多

控股(HD)以及便利店企业日本7-11开始磋商共同开发基于自动驾驶汽车的新服务。讨论应用于自动移动的便利店等。如果自动驾驶技术普及，诞生新服务的可能性将随之提高。汽车企业与外部企业展开合作的趋势正在扩大。

正与长安协商解约？传铃木全面退出中国

当地时间6月19日，日本媒体报道称“铃木计划退出中国市场”。对此，记者在第一时间向长安铃木方面求证，但未能得到答复。有关“铃木正与长安协商解除合约”的传闻，长安汽车董事会秘书在接受汽车头条App采访时表示，尚未接到相关通知，以官方公告为准。

昌河铃木分手成真 昌河获100%股权

2018年6月15日，北汽昌河网站首页发布《关于原江西昌河铃木汽车有限公司变更为江西昌河汽车有限责任公司全资子公司的公告》，正式宣告了昌河铃木成为历史。

记者随后发现昌河铃木（changhe-suzuki.com）的网站因为更换网址等原因无法访问。

斯巴鲁在华销量连年下滑 两亿元补贴经销商

有消息称，6月14日，斯巴鲁总部决定拿出2亿多元人民币对中国的斯巴鲁经销商作为补贴。其中，一半用于去年销售的补助，另一半用于今年销售的补助，具体金额为卖一台车补3300元。

打铁要趁热！销量增长之余，观致汽车加速扩网

6月14日，观致汽车在常熟举办“2018经销商投资人签约大会”。记者从观致汽车官方获悉，本次共有51家一级经销商签署合约。对于观致汽车和经销商的合作共赢，宝能汽车常务副总裁、观致汽车总裁李峰先生表示：“要全力支持和帮助经销商，说到、做到、给到、办到，让经销商有的赚，让消费者买的值。”此外，本次签约大会上，观致汽车还与易鑫集团签署了战略合作协议，双方将在新零售领域展开深入合作。

[厂商动态]



Manufacturers News

拜腾将开建30家品牌店 提供多重智能体验模式

6月12日，拜腾公开了BYTON品牌店方面的规划：今年四季度，首家BYTON品牌店将在上海开业，提供多重智能体验模式；明年底前在中国开设25-30家品牌店，主要位于一、二线城市，之后也将进入欧洲和北美市场。

一汽领投、宁德时代参投，拜腾完成B轮5亿美元融资

新造车企业拜腾汽车已经于近日完成B轮5亿美元的融资。6月11日在创业板上市的电池独角兽企业宁德时代也对拜腾进行了较大规模的投资，而由于一汽集团、宁德时代的参与，拜腾汽车B轮的融资额度超出预期。此前，外媒披露领投资方一汽集团在拜腾B轮融资中的投资额度约为2.6亿美元。

沃尔沃将在2025年之前大幅提升纯电动及自动驾驶汽车占比

2018年6月8日沃尔沃公布了最新的财务和运营目标。该公司计划到下个十年中期，将公司发展成为全球汽车行业引领者和消费者出行服务商。届时，公司年销量中将有一半是纯电动车，三分之一是自动驾驶汽车，而半数汽车将采用合约购车的新模式。在部分市场上，这种按月付费的订阅制服务目前在“Care by Volvo”的品牌下得到运营。

福特在华设立新营销机构：李宏鹏、曹振宇领命“出征”

2018年6月6日，记者从福特中国获悉，其全新全国销售服务机构将于2018年7月1日正式运行。与此同时，福特汽车和长安汽车也对全国销售服务机构高层管理团队做出任命：李宏鹏和曹振宇将分别出任全国销售服务机构总裁和执行副总裁。

原一汽丰田高管加盟合众新能源 出任高级副总裁

2018年6月5日，原一汽丰田技术开发有限公司副总经理戴大

力正式履职合众新能源，担任高级副总裁一职，主管技术和研发工作。公开资料显示，戴大力1991年入职一汽集团，2003年成为高管，历任一汽轿车股份有限公司技术部副部长/部长、一汽技术中心轿车部部长、一汽新能源汽车分公司总经理、一汽丰田技术开发有限公司副总经理等要职。

东风再度携手一汽 双方将合资成立新公司

2018年5月31日，东风零部件集团与富奥股份公司在吉林长春曾共同签署签署《战略合作框架协议》，并在资本运营、体制改革、技术创新等多个领域开展了广泛的探索与交流。此份业务合资合同的签订，标志着东风零部件集团与富奥股份公司战略合作进入实质性阶段。



第二届汽车行业（南岳）发展论坛成功举办

7月2日，第二届汽车行业（南岳）发展论坛在湖南衡阳市成功举办！会议由中国汽车流通协会售后零部件分会支持，湖南省常德、郴州、怀化、衡阳、娄底、邵阳、益阳、岳阳、永州、株洲等十个州市的汽车行业协会共同主办，衡阳市汽车行业协会承办。中国汽车流通协会产业协调部、售后零部件分会、售后服务工作委员会嘉宾及湖南省十个州市的汽车协会会长、副会长、秘书长、汽车经销商集团及4S店代表、售后零部件制造企业代表等110余人齐聚大会现场。会议围绕新政新环境下汽车流通行业发展大势、互联网+、厂商关系，经销商结合自身优势突破二手车业务发展瓶颈，汽车售后服务质量分

析及客户画像，汽车售后零部件助力4S店深耕后服务市场，增值项目提升4S店盈利能力等汽车经销商高度关注的内容展开；专题会议由中国汽车流通协会售后零部件分会副理事长 & 秘书长李彤梅女士主持。

2018中国二手车大会6月27日在大连召开

6月27日-29日，第四届CUCA中国二手车大会在大连国际会议中心召开。本届二手车大会主题内容涵盖二手车行业政策解读、市场需求深度解剖、二手车生态圈的建设、互联网技术与电商平台的发展、资本关注点、金融新思维、国际成熟市场发展经验以及2018中国二手车市场发展趋势等前瞻行业焦点议题。中国汽车流通协会会长沈进军、商务部市场体系建设司副巡视

员胡剑萍出席了会议。来自政府机关、政策研究部门、行业组织、国际权威研究机构、国内二手车知名企业、汽车主机厂、经销商集团、二手车经销商、电商平台、金融机构、交易市场等机构的领导、专家与会议代表进行深度交流。

汽车俱乐部分会2018半年度工作会议在北京召开

2018年6月25日，中国汽车流通协会汽车俱乐部分会秘书处在北京召开2018半年度工作会议。张士立秘书长，韩芳芳副秘书长，于亚辉主任，周森主任，副主任方文、苑一峰、许鹏、雷文军、朱影以及产业合作部、智慧汽车营地工作部、汽车自驾游基地管理办公室、培训部、信息部以及凯德公关管理合伙人崔少君、合伙人卢楚鹏、广州市蘑菇头房车营地管理有限公司创始人袁雅堂等参加会议。会议由秘书长张士立主持。

协会之声 CADA动态

Voice of the Association

沈进军出席2018中国汽车流通协会有形市场商会年会暨平行进口汽车论坛

6月19日—20日，中国汽车流通行业有形市场和平行进口汽车市场峰会召开。来自全国各地的汽车服务贸易园区、汽车交易市场、二手车交易市场等有形汽车市场；平行进口汽车的进口商、经销商、售后服务机构齐聚青岛，

以“汇智共享，创新融合”为主题，参加“2018中国汽车流通协会有形市场商会年会暨平行进口汽车论坛”。

新能源汽车流通体系建设研讨会在杭州召开

2018年6月20日，新能源汽车流通体系建设研讨会在杭州召开。中国汽车流通协会副会长刁建申、会员部主任文思婧出席本次会议。来自广汇汽车、利星行汽车、大昌行集团、元通汽车、万帮金之星车业、正通汽车、广物汽贸、祥龙博瑞汽车、天津捷通达汽车、广东新协力、宁波国机宁兴、广州美轮汽车、重庆怡和集团、零跑汽车等企业代表30余人参加了本次会议。

山东省协会召开第四届会员代表大会暨理事会第一次会议

2018年6月13日，山东省二手车流通协会在济南舜和国际酒店隆重召开协会第四届会员代表大会暨理事会第一次会议，成功组织了第四届换届选举。山东省物价局宋向东所长应邀出席会议，见证了选举时刻。来自会长单位润华汽车，副会长单位德州汇一，梁山华通，临沂、东营、青岛、淄博等地市协会的代表，常务理事单位、理事单位、部分会员单位代表共计96人参加大会，现场座无虚席。会议由山东交通广播主持人武红主持。

2018山西汽车经销商后市场提质增效峰会&汽车后市场“提质增效”大昌集团专场研讨会成功举办

6月14日，山西汽车经销商后市场提质增效峰会，于山西太原大昌国际酒店举办。本次峰会由山西省汽车流通商会主办，中国汽车流通协会后市场精品服务分会承办。山西省汽车流通商会会长代全民、中国汽车流通协会后市场精品服务分会秘书长张保泉、中国汽车流通协会副秘书长郎学红、特邀专家吴海、中国汽车流通协会会员部主任文思婧、中国汽车流通协会会员部副主任马悦出席本次高峰论坛。本次峰会的会议亮点有300专业观众；汽车经销商百强数据解读；汽车

经销商蓝皮书解读；4S精品销售新模式分享；众多4S提质增效案例；大昌集团专场精品研讨会。6月15日，继山西汽车经销商后市场提质增效峰会召开后，汽车后市场“提质增效”大昌集团专场研讨会在山西大昌集团顺利召开。山西大昌汽车集团有限公司董事长代全民、副董事长代文龙、福特汽车销售有限公司总经理孙庆萍等高层领导出席了此次研讨会。中国汽车流通协会后市场精品服务分会秘书长张保泉、中国汽车流通协会副秘书长郎学红也受邀参加了此次研讨会。中国汽车流通协会后市场精品服务分会秘书长张保泉阐述了本次研讨会举行的意义，并把提质增效的意义作为重要的核心服务竞争力提出来，旨在为大昌集团提供优秀的供应商并探讨如何用优秀的产品与服务，实现“提质增效”的目的。

“中国汽车流通协会”区域经销商沙龙—四川站暨四川省汽车品牌联合招商会在成都召开

2018年6月6日，中国汽车流通协会“区域经销商沙龙—四川站暨四川省汽车品牌联合招商会”在成都召开。会议由中国汽车流通协会产业协调部主办、中国汽车流通协会售后服务质量工作委员会协办、四川省汽车汽配服务业商会承办。

捕捉商机





共享 **价值**



捕捉商机 共享价值

2018二手车行业大会纪实

2018年6月27日—29日，第四届CUCA中国二手车大会在大连国际会议中心召开。本届二手车大会主题内容涵盖二手车行业政策解读、市场需求深度解剖、二手车生态圈的建设、互联网技术与电商平台的发展、资本关注点、金融新思维、国际成熟市场发展经验以及2018中国二手车市场发展趋势等前瞻行业焦点议题。下面我们将对本次会议进行汇总，带大家一同领略本次二手车大会的风采。

第一部分：主论坛精粹

今年的大会主题为“融聚源，信行远”，一首深情的诗朗诵和一曲高亢的《二手车的兄弟》为此次大会主论坛拉开序幕，可容纳2000人的会场座无虚席。



中国汽车流通协会会长沈进军

在开场致辞中，中国汽车流通协会沈进军会长指出，我国自2009年产销突破千万辆大关起，就已经成为世界第一大新车产销大国，但我国至今还没有成为世界第一大市场，正是因为二手车市场还没发展起来。所以，在中国汽车保有量已经达到近2.2亿万辆、新车产销接近3000万辆的今天，二手车市场的任务就是要进一步推动汽车市场的可持续发展。对于未来二手车市场的发展，沈会长总结了

三点趋势，第一是改变增值税的征收方式，第二是利用科技创新增加市场的有效供给，第三是为市场提供优质的产品和服务。



中国汽车流通协会副秘书长罗磊

中国汽车流通协会副秘书长罗磊则分析了今年发展至今二手车市场呈现出来的新特征。随着限迁政策的逐渐解除，今年国内二手车的跨区域流通更加通畅，今年1—5月跨区域交易比例达24%。同时，限迁的解除也释放了一批车龄较老的车源，因此，二手车市场呈现出平均交易价格回落、“便宜车”比例上升等特征。此外，罗磊还对二手车市场中的各个参与主体——二手车经销商、4S集团、交易市场、电商平台、主机厂等未来的发展趋势和方向进行了展望。

二手车商们永远都是二手车大会的主角，此次大会邀请了永达汽车集团副总裁卫东和澳康达名车广场董事总经理陈祥达，分别作为4S集团和独立车商的代表，为在场的广大车商朋友们分享他们开展业务的宝贵经验。



永达汽车集团副总裁卫东

目前国内大多数4S经销商集团的二手车业务开展较弱，大多处于“试水”阶段。永达汽车集团副总裁卫东从集团4S店二手车业务管理和B2C连锁经营两方面介绍了永达集团如何在二手车业务上盘活存量、拉动增量，为4S经销商集团二手车业务的开展带来了重要启示。



澳康达名车广场董事总经理陈祥达

澳康达名车广场董事总经理陈祥达则从当前进口车关税下调这一政策的实施入手，揭示出了国内大部分独立车商的一大问题：抵御外部市场环境风险的能力太弱。对此，陈祥达呼吁广大车商应该苦练内功，“强身健体”，提升自身适应力，并为车商提出了具体措施。



易鑫集团首席执行官、执行董事兼董事会主席张序安



人人车创始人兼CEO李健



大搜车联合创始人兼COO李志远



精真估CEO周广印

二手车行业的高度非标准化也为诸多互联网基因公司提供了创业机会，近年来这些创业公司不断以新技术、新模式为二手车商们“赋能”，在推动市场发展、教育市场等方面发挥着重要作用，可以说是整个市场中最为活跃的一股力量，今年的二手车大会也不例外。易鑫集团首席执行官、执行董事兼董事会主席张序安，人人车创始人兼CEO李健，大搜车联合创始人兼COO李志远，精真估CEO周广印等电商平台代表纷纷登台，依托于自身平台或产品，为二手车商们的发展建言献策。



无锡东方汽车集团副总经理吕金钢



**北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司
二手车业务总监郭浩**

在二手车这样一个重线下服务的行业，有形市场依旧是国内最主要的二手车交易场所，发挥着无可替代的作用。无锡东方汽车集团副总经理吕金钢作为二手车有形市场的代表发布演讲。在他看来，如今二手车有形市场面临着包括电商、资本、政策、盈利模式、独立连锁等多方面的压力，更不能故步自封，需要整合资源，更好地为车商提供线下服务。

主机厂的代表北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司二手车业务总监郭浩表示，终端客户和经销商都是品牌认证二手车服务的客户，同时帮助经销商提高效率，帮助终端客户提升客户体验。



第二部分：专家主题演讲实录

商务部胡剑萍：深化汽车流通体制改革 促进汽车市场持续健康发展



商务部市场体系建设司副巡视员胡剑萍女士

在主论坛上，商务部市场体系建设司副巡视员胡剑萍女士针对当前国内的汽车流通市场及二手车发展问题作了解读。

胡剑萍女士表示，近年来汽车流通工作取得显著成效，党中央、国务院高度重视汽车消费和汽车流通工作。商务部门认真贯彻落实党中央、国务院部署要求，围绕促进汽车流通、扩大消费，汽车流通全链条体制改革取得重要突破，促进了汽车市场平稳较快发展。主要开展了以下工作：

第一，发布实施《汽车销售管理办法》，改革新车销售体制。

新的办法推进了多方面改革：

一是打破实行十多年的品牌授权销售单一体制，推进授权销售与非授权销售并行，发展共享型、节约型、社会化的汽车流通体系，供应商、经销商、消费者之间由单一线条的闭环联系，转变为网状共享的开放联系。

二是促进建立新型市场主体关系，平衡供应商和经销商关系，促进交易公平公正，充分发挥零供双方积极性。

三是突出加强消费者权益保护，把供应商、经销商作为承担售后服务责任的双主体，要求经销商明示服务内容和价格，尊重消费者的知情权和选择权，使消费者在购买汽车及售后服务中能够明白选择、自由消费。

四是加快转变政府管理方式，取消经销商备案管理制度，开展信息报送，明确对违规行为的处罚措施，强化事中事后监管。

办法发布实施后，各地商务主管部门、行业协会和广大经销商认真贯彻执行，江苏、广东、山东等多地商务主管部门通过制定实施细则、开展培训和专项行动等方式推动办法落地。

办法实施一年以来，成效明显。消费者权益得到更有效的保护，供应商和经销商的关系更加和谐，共享销售及售后体系的发展趋势更加明显，已经出现了包含十几个汽车品牌、几十个车型的汽车卖场，特别是新兴新能源汽车企业，借助社会化的汽车销售和售后服务体系，发展势头迅猛。

总的来看，汽车市场保持了平稳增长。在2016年高增长的基础上，2017年我国汽车销售2888万辆，同比增长3%，连续九年位居全球第一；2018年1-5月销售1179万辆，同比增长5.7%。应当说，《办法》实施后，汽车市场的发展好于行业预期。

第二，推动国办印发《关于促进二手车便利交易的若干意见》，活跃二手车市场。

近年来，二手车交易不便利、信息不透明等问题突出，特别是各地普遍实施限迁政策，阻碍了车辆自由流通，抑制了市场潜力释放。

2016年政府工作报告提出要“活跃二手车市场”，国务院办公厅印发《关于促进二手车便利交易的若干意见》，这是国务院首次部署活跃二手车市场工作。

《若干意见》提出了8个方面的重要政策措施，明确要求各地取消二手车限迁政策。商务部认真组织贯彻落实，大力促进二手车市场繁荣。

一是商务部等11部门联合发文部署加快活跃二手车市场，进一步明确促进二手车便利交易的多项具体措施。公安部门优化了二手车交易登记程序，原银监会调低二手车贷款最低首付款比例至30%，原保监会鼓励开发符合二手车交易特点的专属保险产品。

二是锲而不舍推动取消二手车限迁政策。2017年中央经济工作会议和2018年政府工作报告都强调要全面取消二手车限迁政策。商务部积极作为，会同公安、环保部门明确取消限迁政策的标准并加大督促力度。截至目前，除大气污染防治重点区域外的25个省份均已发文取消了限迁政策。

三是取消了设立二手车鉴定评估机构行政许可。根据《国务院关于第二批取消152项中央指定地方实施行政审批事项的决定》（国发〔2016〕9号）取消“设立旧机动车鉴定评估机构审批”的要求，2017年商务部第3号部令废止了《二手车流通管理办法》中设立鉴定评估机构的相关条款，便利市场主体的设立经营，促进创新创业。

随着各地取消二手车限迁等政策，活跃二手车市场的成效明显，二手车交易量在2016年同比增长10.33%的基础上，2017年达到1240万辆，同比增长19.3%。2018年1-5月达554.6万辆，同比增长15.4%，其中异地转移登记车辆占比达24%，较去年同期提高3.6个百分点。

第三，推动修订《报废汽车回收管理办法》，改进行业管理方式。

修订《报废汽车回收管理办法》已列入国务院2018年立法计划，目前修订工作已经进入最后阶段。主要有三方面改革：

一是取消报废汽车回收拆解企业总量控制要求，实行“先照后证”制度；

二是允许“五大总成”再制造再利用和旧件流通；

三是废除报废机动车的收购价格参照废旧金属市场价格计价的规定，由市场主体自主协商定价。2017年全国机动车回收总量174.1万辆，其中汽车147.2万辆。2018年1-5月，全国机动车回收数量72.5万辆，同比增长19.3%，其中汽车59.5万辆，同比增长16.7%。

第四，开展汽车平行进口试点，满足多样化多层次消费需求。

为扩大汽车消费、促进外贸回稳向好，落实国务院常务会议和有关文件要求，会同相关部门分批支持17个省市（含计划单列市）开展汽车平行进口试点，取得明显成效。

一是出台《商务部等8部门关于促进汽车平行进口试点的若干意见》，提出简化许可证申领、允许保税仓储等7个方面的重要政策措施，搭建了完善的试点政策体系，海关总署、原质检总局进一步细化了措施。

二是形成“一平台四体系”可复制推广经验。即建立一站式公共服务平台、国际市场采购体系、贸易便利通关体系、售后服务保障体系、政府监管信息体系，这对于深入推进试点具有很强的指导作用。

三是发展多样化汽车流通体系。开展试点为打破品牌授权销售体制，建立授权销售与非授权销售并行的汽车流通体系，制定《汽车流通管理办法》积累了宝贵经验。

四是推动贸易方式创新。开展试点对原有的进口汽车贸易方式、贸易政策、产品认证制度进行了大胆创新，打破了进口汽车市场垄断。开展试点

以来，中高端进口汽车降价明显，大部分在15%以上，部分甚至超过了30%。试点为我国探索整个平行进口体系提供了鲜活经验。2017年试点企业平行进口汽车13.6万辆，同比增长1.1倍；2018年1-5月，试点企业平行进口汽车近4.4万辆，同比增长12.8%；车型超过180个，有效满足多样化消费需求。

此外，我们积极构建汽车全生命周期信息体系。整合新车、二手车、报废车三个信息系统，开发完成全国汽车流通信息管理应用服务（系统），大力推进与相关部门系统联网，为建设汽车全生命周期信息体系搭建基础框架。

二、扎实推进汽车流通各项工作

新时期，汽车流通工作将紧紧围绕贯彻落实党中央、国务院系列重要会议精神和决策部署，深入推进汽车流通全链条体制改革，加快构建共享型、节约型、社会化汽车流通体系，畅通市场“经脉”，提高流通效率，完善行业管理，稳步扩大汽车市场规模，引导优化产品和服务供给，提高发展质量和效益。重点做好以下工作：

（一）深入贯彻实施《汽车销售管理办法》。进一步加大宣传贯彻力度，指导地方商务主管部门综合利用行政处罚、信用联合惩戒等方式加强执法，规范汽车市场秩序，保护消费者合法权益，营造公平竞争的市场环境，推动办法进一步落地。

（二）加快修订《二手车流通管理办法》。办法修订已列入2018年商务部规章立法计划。我们正在抓紧推进修订工作，开展行业调研，召开不同层次的座谈会，形成修订思路，针对行业发展的痛点，协调有关部门加强顶层设计。办法修订稿将向全行业征求意见，欢迎大家积极参与并建言献策，使办法

修订案更符合行业的实际和需要。此外，将继续加强对各地取消限迁政策情况的跟踪并督促指导，确保活跃二手车市场的政策落地。

（三）积极推动出台《报废汽车回收管理办法》。抓紧制定完善配套的实施细则，修订国家标准《报废汽车回收拆解企业技术规范》，建立报废汽车“五大总成”再制造再利用追溯体系，指导企业进行技术改造升级，提升行业拆解水平，以此促进老旧汽车报废更新，为新车消费置换空间。

（四）深化汽车平行进口试点。进一步完善相关政策措施，复制推广“一平台四体系”等成熟经验，探索适合我国国情的汽车平行进口管理制度，推进平行进口汽车在产品和服务、数量和质量方面进一步提升，更好地满足多样化多层次消费需求。

（五）建立健全行业治理支撑体系。

一是推进汽车全生命周期信息体系建设。积极整合现有资源，加强互联互通和信息共享，完善全国汽车流通信息管理系统功能，运用大数据、云计算等新技术建立覆盖汽车全生命周期的信息体系，方便消费者获取信息，便利企业经营管理，同时为政府加强监管提供技术支撑。

二是加强诚信体系建设。依法采集汽车市场主体的信用信息，建立流通企业信用记录，纳入全国统一的信用信息共享交换平台，方便社会查询和应用，使违法者寸步难行，使消费者能明白选择、放心消费。

三是充分发挥行业组织桥梁纽带作用，加强企业自律，形成多方参与的治理格局。

最后，胡剑萍女士强调，完善汽车流通体制，构建统一、开放、竞争、有序的汽车市场，需要政府、企业、行业组织多方共同努力。

肖政三发布《2018中国二手车交易市场百强排行榜分析报告》



中国汽车流通协会秘书长肖政三

会议现场，中国汽车流通协会秘书长肖政三对二手车交易市场百强的主要特征进行分析和解读，报告中二手车交易市场百强呈现六大特征：

第一、2017年百强市场交易规模逐步放大

二手车百强市场总交易量为529.51万辆，同比增长14.61%；规模占比占全国二手车市场总交易量的42.70%，交易额为4513.21亿元，同比增长41.88%。



第二、百强二手车交易市场整体趋于规模化扩大

2017年百强二手车交易市场经营面积总和达817万²，较2016年同比上升14.42%，其中交易大

厅面积为105.3万²，较2016年同比增长1.16%，交易大厅面积与去年基本持平。

2017年百强二手车交易市场的场内经营服务企业数量为18296家，同比增长8.49%。



第三、交易车辆结构中乘用车占比逐年提升，车龄趋于“年轻化”

百强市场交易车辆结构中的乘用车所占比例为73.31%与去年同期相比增长3.5%，国产车型占比分别77.84%，于去年相比下降了5.26%；从车龄结构来看，交易主要集中在1-6年，占交易总量的70.3%，与去年相比增长了5.6%，其在百强市场中的主导地位进一步增强。





第四、二手车百强市场分布，区域特征明显

受区域经济及汽车保有量基数等因素影响，华东和华北地区依然占据百强市场整体交易规模的半壁江山，总交易量占比达61.1%；江苏、浙江、山东及广东地区入围百强数量大幅领先于其余省份。



第五、经纪类企业仍占主导，消费市场需求促进服务提升

2017年百强二手车市场的场内经营企业数量为18946家，企业结构中经纪类企业仍是市场主体为18222家，占比为96.18%，与去年同期相比增长了1.58%；经销类企业数量为517家，占比为2.73%，拍卖企业有81家，占比为0.43%，鉴定评估企业有126家，占比为0.67%。2017年在百强二手车市场中从业的人员达到95901人，其中市场的管理人员9648人。



第六、百强市场规模结构继续上移，入门规模有所提升

百强市场入门级规模逐年提升，年交易量在2万辆以上的企业有92家，比去年同期增加2家。交易额10亿元以上的企业有89家，百强市场的规模集中度也进一步提升。

交易规模在10万辆以上的有10家，数量比去年同期多了2家，交易量总和为163.08万辆，占百强市场总交易量的30.80%；交易规模在5万至10万辆区间的有27家，交易量总和为179.61万辆，占百强企业总交易量的33.92%；交易规模在2万至5万辆区间的有55家，交易量总和为175.05万辆，占百强企业总交易量的33.06%；交易规模在2万以下的有8家，交易量总和为11.78万辆，占百强企业总交易量的2.9%。



郎学红：汽车授权经销商二手车业务前景分析

在以发挥品牌认证主力军作用为主题的厂家及经销商集团分论坛上，协会副秘书长郎学红女士对汽车授权经销商二手车业务前景进行了深入分析



中国汽车流通协会副秘书长兼
产业协调部主任郎学红女士

中国汽车流通协会副秘书长兼产业协调部主任郎学红女士针对于中国汽车经销商（4S店）集团二手车业务前景进行了翔实数据分析和案例对比，从数据和分析看，中国目前的经销商集团二手车业务发展空间巨大，是未来三分天下的有力争夺者。

中国二手车行业整体现状

汽车保有量的持续增长为二手车市场带来发展空间 数据来源：信行远

- 据公安部2018年初公布的数据显示，截止2017年末，中国汽车保有量已达2.09亿，其中24个城市汽车保有量超过200万辆
- 随着汽车保有量的持续增加，逐步进入置换期的汽车存量高源被释放，为二手车市场提供了广阔的发展空间



汽车保有量达到一定规模，尤其是重点城市保有量增长将实现汽车置换比例的提高，尤其是限购政策出台后，传统的汽车经销商集团的二手车业务可能不仅仅是面临发展的问题，还可能决定了其业务的“生死”！

我国二手车市场进入高速增长期 数据来源：信行远

- 2017年，全国二手车累计交易1240.09万辆，累计同比增长19.33%；交易额8092.72亿元，同比增长34%
- 2018年1-5月，累计交易554.58万辆，累计同比增长15.4%

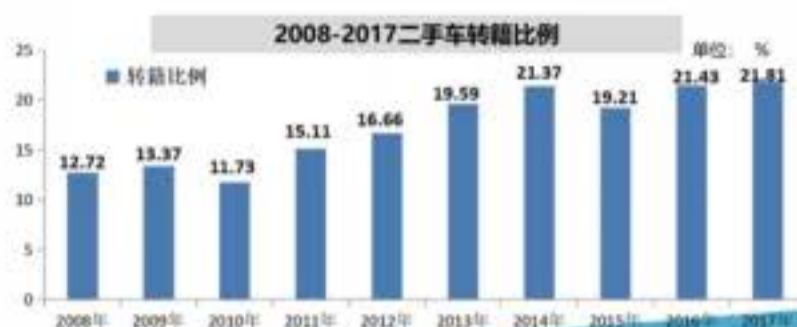


近几年对于二手车交易流通的相关政策和环境波动比较大，行业竞争加剧，从业者信心不足，但是随着整体调整和规模效应，2016年后逐步恢复到中高速增长期，预计在未来几年内平均复合增长率有望达到15%。

解除限迁，二手车跨省流通的比例上升

融聚通 信行远

- 2016年《关于促进二手车便利交易的若干意见》出台以来，全国百余城市取消限迁，二手车市场活力显现
- 2017年二手车跨省转移登记的比例为21.81%，与2016年相比增长了0.38个百分点



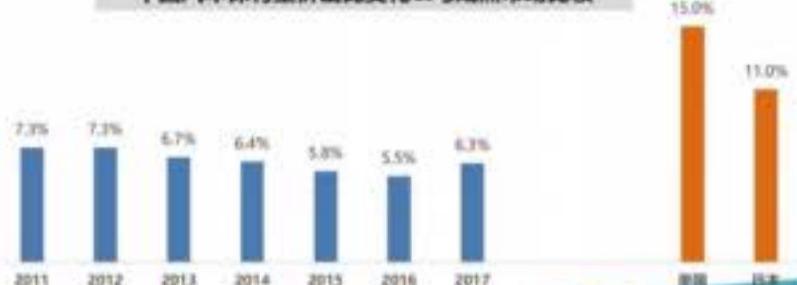
经销商集团的置换业务中，其二手车普遍价值偏低，现阶段80%的置换二手车都是通过拍卖渠道或者竞价渠道分销到下游或者外省市渠道，所以外迁转籍的活跃对于4S店新车业务和二手车价格有着直接影响。

保有量析出率与成熟市场比有很大的发展空间

融聚通 信行远

- 保有量析出率也称保有量析出比，反映二手车交易量与汽车保有量的关系
- 与美国和日本等成熟市场相比，我国保有量析出比差距很大，这说明我国二手车市场有很大的发展空间

中国汽车保有量析出比变化&与成熟市场比较



中国汽车保有量析出率从2011年的7.3%下降到目前的6.3%左右，整体汽车保有量基盘增大，同时新车市场竞争激烈，各类政策对于消费者以旧换新的刺激政策逐渐失去吸引力，相对成熟发达国家，中国每年“二手车生产量”还有较大发展空间，当然这还需要金融、租赁等多个业态同步发展。

按照现有的新旧车发展速度推测，2025年，也就是7年后，中国汽车保有量3亿台，10%的析出率也将达到每年二手车交易量3000万辆规模。

中国二手车行业整体现状

七大制约因素改善推动二手车市场发展

融聚通 信行远

- 我国二手车仍然是车源为王的时代，优质车源是核心制约因素
- 政策环境和消费环境的改善推动二手车市场发展



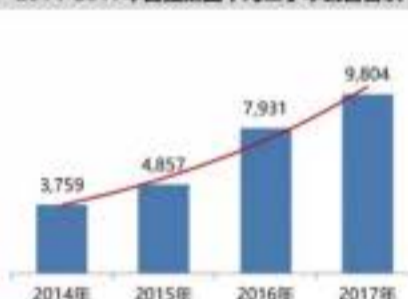
目前看，相对于其他产业和政策，中国二手车目前的制约因素逐步改善，经营环境远好于早期的“劣币时代”，坐拥资源、品牌、规模等优势的汽车经销商集团理应在二手车行业大发展中“分得一杯羹”，三分天下至少有其一。

百强集团二手车业务量持续增长

融聚通 信行远

- 随着经销商集团对二手车业务的重视程度不断加强，近年二手车平均业务量不断上升
- 至2017年，百强集团平均二手车销售量为9,804台，较2014年增长了近3倍；平均置换率为7.5%

2014-2017年百强集团平均二手车销售台次



2014-2017年百强集团平均二手车置换率



中国汽车经销商集团百强企业二手车销售量从2014年的平均3700余台增长至2017年的9800台，四年时间增长了近三倍，平均置换率从5.4%提高到7.5%，相对来说虽然进步比较明显，但是由于早期基础差，这一数据与实际理论应达到的数据还有非常大的差距，对比国外成熟市场有很大的发展空间和潜力。



中美对比分析，中国的汽车经销商集团的二手车业务营收占比仅为4.9%，而美国是中国的6倍多，达到30%左右；而二手车贡献的利润中国的经销商集团仅有4.1%而美国达到24%，相差很大。

美国的汽车经销商集团的二手车业务是主力核心业务，而中国目前仅仅是各个集团的附属衍生业务，重视度和投入远不够，但是在北京、上海、深圳等地的经销商集团看，其二手车营收占比远高于平均，整体置换率、利润占比等都逐渐成为集团的“主力部队”。

广物唯普作为经销商集团自行建设的拍卖平台，广泛采用专业合作和主业专注的方式，发展迅速，年交易量和交易额逐步快速增长，2017年9月挂牌新三板，实现盈利和可持续发展。

中美经销商集团典型案例对比



广汇集团与阿里巴巴集团共同开展网络拍卖和线下交付结合的模式，覆盖城市广泛，成交率在40%左右，实现集团内的资源互动和置换支持。





Echo Park 集团的二手车业务在线平台能够实现线上线下的真实互动，而目前国内的经销商集团独立品牌二手车业务方面主要还是以来门户网站等模式，而自行建设的网站、品牌、营销、公众号等仍有较大差距，独立发展能力尚未成熟，这也是目前各个经销商集团发展的瓶颈之一。



经销商集团二手车专卖店在美国比较普遍，依托经销商集团优质资源实现新车、二手车、零配件、金融、保险、售后等一系列的真正的资源整合发展，打造完善的产业链品牌。

中国经销商集团二手车业务前景

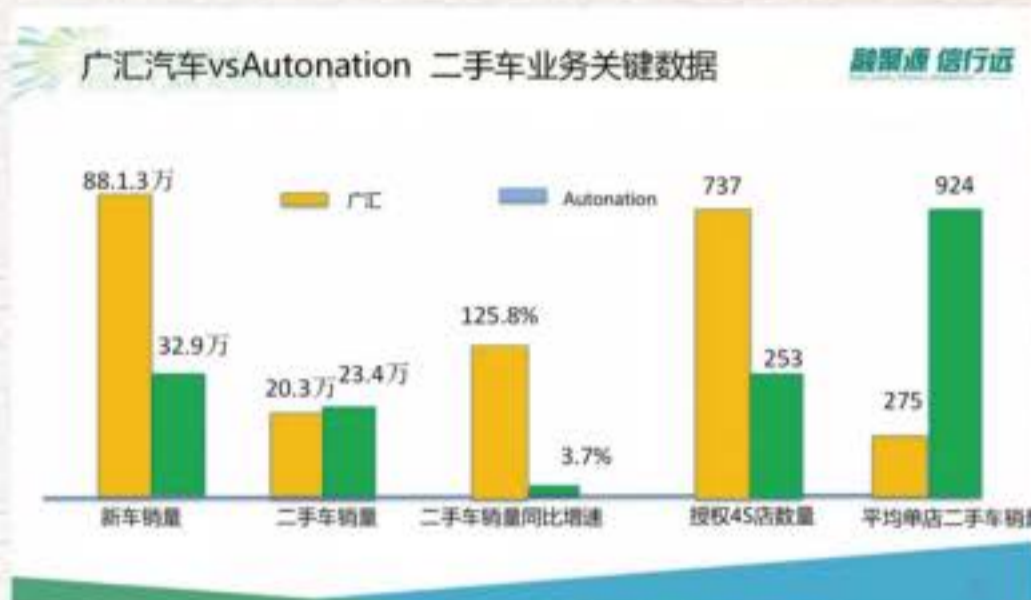


中美汽车消费有一定的差异和不同，但是在某些数据和市场经济规律方面也是有很多相似的地方，从上述数据看，中国的汽车保有量未来超过美国的时间不会很长，不过车辆的质量和价值仍有一定差别。

平均车龄方面由于国内针对老旧车的政策“非国际化”导致很多老旧车流通收藏出现问题，整体二手车交易量未来十年内仍很难达到美国的新旧车比例倍数，不过整体规模将进一步扩大。

二手车金融渗透率有非常非常大的发展空间，同时融资租赁更是刚开始起步，这两方面经销商集团在未来将会有明显的优势和潜力，应高度重视。新车经销商数量和美国相比，规模相对成正比，而二手车交易量和经营者数量看有着明显的不同，中国的二手车经营者整体依旧是“小、散、多”的局面，形成品牌的不多，具备持续做大做强的不多。市场恶性竞争存在，甚至一些后进入的二手车电商、金融企业也都没“学好”导致了目前二手车整体市场发展进入到了“震荡洗牌期”。

对于汽车经销商集团来说，中国的同行远比亚美的同行要更有发展空间和潜力，只不过要面对的竞争也是更残酷的，市场环境也是更复杂的。



中美经销商集团“老大”对比看，新车数据，中国广汇增速快，规模大，而二手车交易量占比和平均单店二手车运营能力看，则有较大差距，在二手车方面中国汽车经销商集团急需真正做到个体强和整体强共同发展，要看真正的核心竞争力。

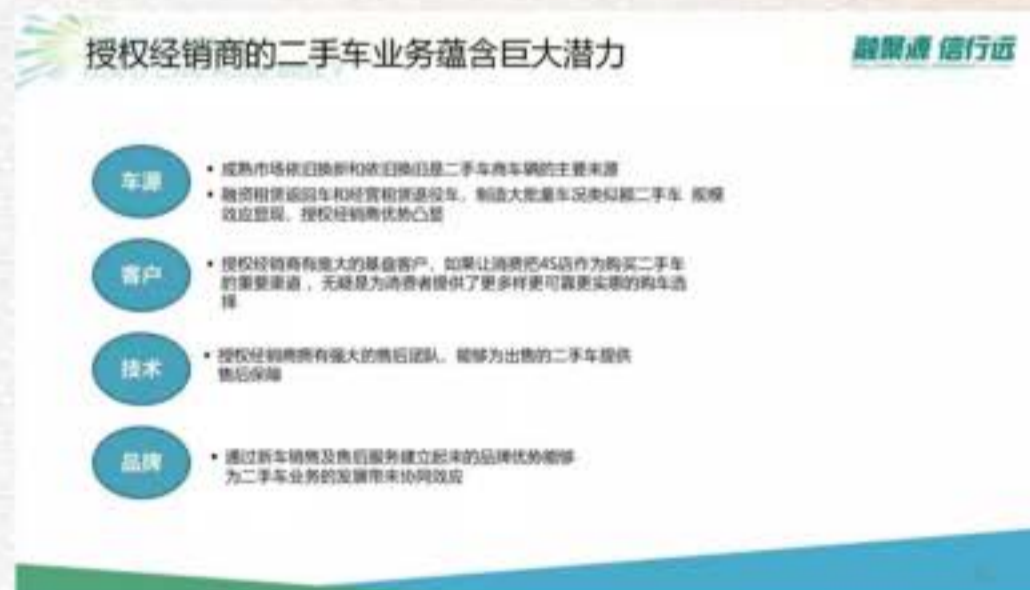


中国汽车经销商集团的基础工作相对这几年发展的比较迅猛，发展的业态模式多元化，未来将有最大的可能做大做强，目前需要进一步解决体制机制等问题，实现团队的有效激励和专业人才队伍的建设发展。有理论有实践有积极性的团队很重要。

此外，在融资租赁、新能源汽车等方面，中国与国外的差距还是比较大，未来这些领域的发展将实现二手车整体市场的结构性变化，经销商集团有先天的规模和品牌优势，应持续关注。



二手车经理人指数持续在荣枯线以下，市场并不活跃，在指标化的量化表现中，目前的二手车相关的业务指标也普遍滞后，行业发展的空间较大，需要人才团队克服的困难还有很多。



第三部分：重要项目落地仪式



中国二手车信息平台“优先集”正式启动

同时，为推进二手车信息化建设，中国汽车流通协会主导并发起的中国二手车信息平台“优先集”正式启动。据悉，“优先集”平台将有助于提高二手车行业信息的及时性、全面性和准确性，逐步形成统一的“数据集市”正式启动。据采集、分析处理、安全访问等机制，构建二手车行业诚信数据体系，提升市场管理效率，促进全行业联合共赢。

有形市场一直是二手车销售的主要渠道。但是全国各地有形市场一直存在着市场封闭、信息不对称、车况标准不统一等问题。这些问题限制了有形市场的发展，也阻碍了二手车的跨地域流通。为了贯彻落实国家标准，二手车的鉴定评估技术规范，促进二手车行业的健康发展，中国汽车流通协会推出了“行”认证。据中国汽车流通协会“行”认证办公室副主任李鸿介绍，行认证已经走过了5个年头，授权机构超过了50家，覆盖了20个省份，100多个省市，累计认证合格的二手车数量超过了14.5万辆。据悉，2018年中国汽车流通协会将对消费者推出的一些服务内容，承诺14天可退，30天包赔，提供“行维保、行维修、行保险”的服务，让消费者买到真正的放心车。



“行”认证与车易拍和中古车网及旗下61个交易市场携手打造全新的“二手车智能交易市场”

在28日的主论坛上，“行”认证与车易拍和中古车网及旗下61个交易市场将进行战略合作，携手打造全新的“二手车智能交易市场”，加速全国二手车一体化流通。助力有形市场的转型升级。

《二手车人》编委会正式成立

而在2018 CUCA中国二手车大会期间，为了弘扬行业正能量、突出以人为本的理念，中国汽车流通协会发起编纂的图书——《二手车人》编委会正式成立，中国汽车流通协会秘书长肖政三为《二手车人》编委会成员分别颁发了聘书。



【蓝皮书节选】

经销商集团二手车业务发展与展望

近几年，中国汽车市场已经告别了高速增长的时代，新车市场也已经由卖方市场转向了买方市场，2014—2017年数据显示，无论是新车销售增长率，新车销售占比，新购需求都在同比下降，另一个方面，二手车交易增长率、二手车交易占比、置换需求都同比上升。与发达国家二手车数据对比，我国二手车市场发展空间非常巨大。2016、2017连续两年，二手车销量超过1000万辆，未来5年预测二手车销量将保持每年20%增长，2020年将达到2500万辆。

2016年3月25日国务院办公厅公布了《关于促进二手车便利交易的若干意见》（简称国八条）提出各地方政府相关部门不可以制定且实施限制二手车迁入的相关政策，已经实施限迁政策的，要在2016年5月底前取消，2016年6月8日商务部会同工信部等11部门联合发文，要求各地方政府相关部门落实“国八条”，针对各地取消二手车限迁及规范二手车交易管理等几方面，提出了具体实施方案，并严格监督落实情况，年内将会在各地逐步执行取消二手车限迁政策^[1]。在刚结束的十三届全国人大一次会议上，李克强总理在政府工作报告中再次提出“全面取消二手车限迁政策”。

1、独立二手车组织框架

在新车销售高毛利的时代，二手车业务更多是新车业务的辅助业务，其目的更多是促成新车成交，因此很多集团都会将其划分至销售条线进行管理。

正是因为对于二手车市场交易量突破1000万辆，交易额达到万亿市场的预期，从2008年开始，电商企业开始试水二手车市场，到2014年中国二手车电商进入井喷时代，车易拍、优信拍、人人车、好车无忧、车300等多个二手车平台获得多轮融资，BAT等大小巨头依赖流量及入口等优势通过互联网技术加快在二手车市场的布局。另一方面，以上汽集团为代表的整车生产厂和以平安集团为代表的汽车金融机构，依靠自身经营多年的客户资源，也对二手车市场进行更多的投入，希望以此形成更加完整的汽车后市场产业链。资本蜂拥进入二手车市场，显然是看好二手车市场的发展。业内人士指出，我国二手车市场现在还处在培养过程，远没有达到理想型的爆发阶段。

已经在中国汽车市场精耕细作多年的汽车经销商集团，利用原有的新车销售、售后服务，也开始加大力度投入二手车业务，希望通过买车、修车、卖车等消费行为形成一个完整的汽车生态圈。现阶段各汽车集团在二手车业务方面都会呈现以下几个特点：1、独立二手车组织框架。2、深度运用互联网技术。3、扩大零售推出品牌认证二手车。

随着新车销售毛利趋稳，很多集团在寻求新的利润增长点时，二手车就成为了较突出业务。例如永达集团一直关注二手车行业发展，在2013年成立了二手车管理中心，给予独立资金、独立系统、

独立人员进行管理，旗下二手车市场、4S店二手车业务、二手车连锁商城等二手车资源进行整合、从

而将二手车业务完全从新车业务中脱离出来，优化人员管理及库存管理，从而实现利益最大化。

2、深度运用互联网技术

在过去二手车业务在经销店呈现的管理状态是：基本依靠EXCEL进行日常管理、评估依靠评估师经验或电话其他二手车经销商获取参考价格，同一集团经销商无法实现同一报价、收购车辆时无法筛查出险维修记录、法院查封、营运性质等特殊状况、销售阶段询价不充分，不能保证利润最大化、财务、销售、二手车无监管机制存在财务风险。

在互联网时代，汽车经销商集团日常二手车业务中，4S通过垂直网站获取置换信息获取车源C，通过B2B拍卖平台将车源分销——内网拍为企业内部拍卖平台，负责将符合零售标准的二手车拍卖至其他具有零售资质的4S店和二手车商城；第三方拍卖平台负责批发及报废车辆的处置。最后通过媒体/信息类电商发布零售车源实现销售。其中估价服务类电商和维修/保险查询服务类电商在二手车业务过程中提供收购、销售信息参考。最终通过一套贯穿全业务的二手车信息管理系统进行日常管理。

3、扩大零售品牌推出认证二手车

现市场上主要的品牌二手车来自于两方面，一方面是汽车生产厂商，其多年经营具有一定基础保有量，为了提高其汽车的残值率提升用户的忠诚度和增加用户量，同时进一步完善汽车售后维修服务，推出品牌二手车形成一个完整的汽车生态圈。另一方面是以“车王”为代表的二手车零售商，拥有一定规模的二手车卖场，向客户提供买车、卖车、评估、置换、信贷、保险、装潢、保养、维修等服务的“一站式”二手车整体解决方案，通过推出品牌二手车提升诚信度与其他二手车零售商形成差异^[1]。但两者都有一定弊端：汽车生产厂商只出售本品牌二手车，车源有限；二手车零售商租金与人员开支造成了日常经营成本较高。

因此汽车经销商集团是相对适合开展品牌二手车的媒介，本身就是汽车生产厂商的销售代理商，可以利用厂方完善的认证二手车体系作为集团品牌二手车的基础，通过自行测算或第三方合作方式开发质保产品，并且利用旗下各4S店进行二手车资源调配，保证各品牌二手车车源供应；另一方面汽车经销商拥有运营场地及其他二手车配套服务的天然优势，可以借助4S店相对成熟的运营降低日常运营成本。最终通过建立二手车零售网点铺开销售渠道，开发不同的销售方式，通过地域差实现利润最大化。

未来展望

美国市场二手车车源的充足很大程度受益于其租赁市场的高速发展。其中融资租赁也是美国消费者普遍使用的购车方式之一，根据美国Experian征信公司的数据显示，新车销售过程中，有31%的消费者选择使用融资租赁的方式购买新车。另一方面，二手车的估值就显的尤为重要，因为这一程度决定几年以后二手车通过品牌认证进行零售的采购成本，从而决定了二手车企业的毛利率等经营指标。

国内汽车经销商集团通过多年的经营，二手车业务管理日趋成熟，无论是在收购端还是销售端都已经形成了较为完善的管理体系，另一个问题就显现出来——适合零售的优质二手车车源稀缺。因此作为新车销售为主营业务之一的汽车经销商集团而言，在新车销售端就通过金融、租赁、回购等工具整合营销方案，提前锁定未来几年的二手车车源。多家主机厂已经就开始供保价回购的购车方案，互联网平台也纷纷推出新车融资租赁业务，作为汽车经销商集团代表的永达集团也在2016年推出“煲煲车”购车方案，都是希望在当前市场试水，同时也是为了未来几年的二手车市场做好准备。

根据中国汽车流通协会发布的2016年度各汽车经销商集团的经营完成情况来看，随着汽车市场

整体呈向好趋势，经销商集团的各项业务的营运能力都在提升。2016年“百强”汽车经销商集团的营业收入共计约为1.5亿元，同比增长17.9%，整车销售（含二手车）783万辆，同比增长9.8%。新车销售贡献了80%以上的收入，二手车业务收入只占了整体收入的4.1%，虽然相比较2015年的2.2%有了大幅度提升，但通过研究发现，相对欧美发达国家的汽车经销商，同期二手车业务平均20%以上的占比而言，我国汽车经销商集团的二手车业务的发展任重道远，同时换个角度发展空间也是巨大的。

从政策角度来说，税收、限迁、临时产权登记制度短期内仍然是阻碍二手车发展的重要因素，但是另一方面，二手车市场已经上升到了国家战略层面，受到国家高层的重视，一切都在朝着一个好的方向的前进，二手车市场已经从一个边缘的细分市场，逐渐成为具备巨大发展潜力的拉动消费的大市场。

从汽车经销商自身角度来说，如何建立一个独立的二手车管理体系，通过层层把控，推出具有品牌意识的二手车产品，彻底改善我国二手车市场一直以来给消费者信息不对称、经营不诚信的负面形象，将是一个永久性的课题。

（本文由中国永达汽车服务控股有限公司供稿）

参考文献

- 张维.“国八条”限期已过仅两省取消二手车限迁[N].法制日报, 2016,06(16):006.
- 谢育成.万亿级市场吸引资本涌入二手车电商线上线下迎考[N].中国企业报2016,01(26):007.
- 胡从意.二手车市场迎来资本大战[N].东莞日报, 2015,08(17):B08.
- 栾兆宇.中国品牌二手车市场营销模式研究[D].吉林: 吉林大学, 2011:
- 罗磊.2016年二手车市场分析及2017年展望[A].见: 2017中国汽车市场展望[M].北京: 机械工业出版社, 2017:345-362.

【蓝皮书节选】

我国二手车交易市场的发展前景展望

在大众创业，万众创新的时代背景下，我国二手车行业取得了飞跃式的发展。互联网的迅速崛起，大资本的抱团涌入，将原本默默无闻的二手车行业瞬间推到了耀眼的聚光灯下。电商平台兴起，服务机构云集，二手车行业竞争格局正发生巨大改变。

我国二手车行业已经驶入了快车道。据中国汽车流通协会官方数据显示，2017年，我国二手车交易量为1240.09万辆，同比增长19.33%，累计交易金额为8092.72亿元，同比增长34%，达到历史新高。

纵观二手车行业，在互联网快速发展的历史进程之中，二手车行业的发展已经由“有没有”

应用互联网的阶段转入互联网“好不好”用的阶段。二手车行业也已经进入高速增长阶段并趋于高质量发展阶段，正处在转变发展方式，优化经营思路、增强竞争内核的特殊时期。

尽管这些外部条件产生了巨大的变化，但我国二手车市场长期以来形成的以有形交易市场为主体的流通特征并没有发生改变。

在去年的中国汽车流通协会苏州年会上，业内同仁的关注点已经从二手车交易的模式之争，转向如何赋能于实体车商，如何实现线上与线下的融合。除了眼下热门的汽车金融以及汽车新零售以外，有关二手车交易市场升级转型的探讨也成为了行业关注的焦点。

二手车交易市场的现状分析

1、单一盈利模式不适应自由竞争格局

由于政策的原因，早期的二手车交易市场大多由具有国有资产背景的原物资系统转型发展的企业出资经营。这种背景下，其固有的运营模式多为依靠收取开票服务费和场地租金生存。随着二手车交易市场准入门槛的放开，民营二手车交易市场也越来越多，竞争格局加大，导致原有单一的盈利模式，不再适应新的市场环境。

2、服务体系满足不了行业发展需求

企业的发展满足不了个人的发展的时候，很多有想法有才干的高管选择跳槽，同样的道理，当二手车交易市场内的商家发展到一定规模的时候，就会陆陆续续的撤出交易市场，自立山头开独立展

厅，这已经成为是大型二手车商家的普遍发展轨迹。一定程度上也暗示出，交易市场的服务体系已经支持不了大型二手车经销商的发展。久而久之，留下的在二手车交易市场里面经营的多数是中小型二手车经销商。当独立展厅规模越来越大的时候，就会出现与交易市场展开直接竞争的局面。

3、电商平台迅速发展倒逼交易市场升级转型

那些从二手车交易市场搬出去自立门户的大型二手车独立展厅的出现带动了互联网在二手车行业的渗透。身处交易市场内，可以依托交易市场自有的人流量经营，搬出市场自立门户以后，

4、二手车交易市场的价值被低估

二手车平台风头正劲，但无论C2B、B2B、B2C等多种交易模式的电商平台，还是金融、检测、延保等二手车服务机构，都绕不开二手车交易市场的应用场景。甚至想要颠覆实体的二手车C2C

平台，也需要借助二手车交易市场开展业务。放眼二手车交易市场，到处是身着不同颜色工服的各个二手车平台的从业人员在辛勤奔波，这已经成为二手车交易市场里一道亮丽的风景线。尽管如此，二手车交易市场的服务功能却丝毫未能体现，二手车交易市场的价值被严重低估。

二手车交易市场的发展方向

国务院总理李克强在2016年政府工作报告中首次提到“活跃二手车市场”，短短7个字引发行业集体热议。间隔一年，李克强总理在2018年政府工作报告中再次提到“全面取消二手车限迁政策”，说明中央政府对二手车的高度重视。

在国家政策利好的大形势下，在“互联网+”的时代背景下，在电商平台云集、服务机构兴起的新竞争格局下，传统有型二手车交易市场原有单一的盈利模式，已不再适应新的市场环境变化，我国二手车交易市场升级转型已是大势所趋。

1、借助“平台”之势，发挥“平台”价值

无论是资本市场借着互联网的风搅动了二手车市场，还是互联网的风借着资本的热潮吹动了整个二手车行业。不管是谁借着谁的势，总之，这股风吹热了整个二手车行业。巨额融资、广告轰炸，改变了消费者对二手车原有的认知。二手车交易市场坐拥数十万车商资源，在它诞生的那一刻起就是“第三方平台”。二手车交易市场需要做的是借势发力，发挥平台优势，整合包括互联网、

金融、配套服务在内的各类资源，赋能于入车商，服务于消费者。解决B与C之间天生存在且一直无法得到有效解决的信任与服务问题，是二手车交易市场的发展方向，也是时代赋予二手车交易市场的历史使命。

2、完善软硬件功能服务，改善购车环境

传统的二手车交易市场以露天场地和简易大棚为典型代表，管理粗旷，服务落后，二手车交易秩序混乱，诚信度差。这也是提到二手车交易市场，就想到鱼龙混杂、信誉度低的主要原因之一。

值得庆幸的是，近两年来，诞生了一波新型二手车交易市场，一改往日二手车交易市场脏乱差的简陋环境，随之而来的是宽敞明亮的楼宇式建筑，让二手车的购车环境焕然一新。除了硬件的升级改造，信息化管理系统建设也尤为重要，如何实现市场与车商、服务商、车源、消费者之间的互联互通，这也是二手车交易市场转型升级中必不可少的要素之一。

3、长远发展，未雨绸缪

新修订的《汽车销售管理办法》于2017年7月1日正式实施，打破了整车企业对于我国汽车流通领域多年的垄断，新车销售渠道进一步放开，必然会对我国汽车行业的销售及售后环节造成深远的影响。未来的二手车未必仅仅只是二手车，新零售的出现已经打破了二手车与新车之间的界限，二手车与新车的融合一定是未来的发展趋势。新能源汽车的迅猛发展，也将为二手车交易市场提供更丰富的应用场景，这也是政策导向带来的一次颠覆性的发展契机。

伴随着新政策的出台，同时结合我国《十三五汽车行业发展规划》中大力发展汽车行业综合体等政策，作为我国汽车市场重要组成部分的二手车交易市场，其应用场景势必会得到更加多元化的发展。

前途很美好，道路很曲折。在二手车交易市场转型升级之路上，还有太多的未知需要探索。中国人的跟风现象很严重，这个领域也不例外。你建展厅我也建展厅，你装道闸我也装道闸，你上系统我也上系统，你做检测我也做检测……殊不知，那些真的是我需要的吗？

思路有了，谁在实现？如何去整合包括互联网、金融、配套服务等各类资源，让其为我所用？如何去赋能于车商？如何去创建符合车商需求，满足消费者需求，同时又符合市场发展需求的新型商业模式？如何拓展资源，未雨绸缪？如何构建顶层设计？……

相比较二手车电商平台，我国二手车交易市场的团队建设显得极为逊色。引进高级人才，构建顶层设计，不人云亦云，积极探索符合自身发展的新模式，也许，是我国二手车交易市场在转型升级过程中首选最需要解决的核心问题。

（本文由中国汽车流通协会二手车战略发展研究会供稿 作者：中国汽车流通协会二手车战略发展研究会参事 潘磊）



欢迎垂询

联系人：中国汽车流通协会
产业协调部
池燕华

电话：010-57389901
134 6656 6490



AutoNation V.S 广汇

中美最大经销商集团二手车业务对比

AutoNation是全美最大的汽车经销商集团，截止2017年12月31日，运营着253家门店并拥有33个品牌的360个厂商授权。

2017年全年，AutoNation共销售了56.3万辆汽车，其中二手车为23.4万辆，占比41.6%，对比其历年数据来看，集团二手车销量比例稳定。而国内最大的汽车经销商集团广汇汽车，根据其2017年财报显示，其全年新车销量为88.1万辆，二手车代理交易台次为20.3万，二手车销量占比18.7%。财报显示，广汇集团2017年二手车销量同比增长125.8%，远高于全国19.33%的整体市场增长率，顺应了我国二手车市场增长的趋势。

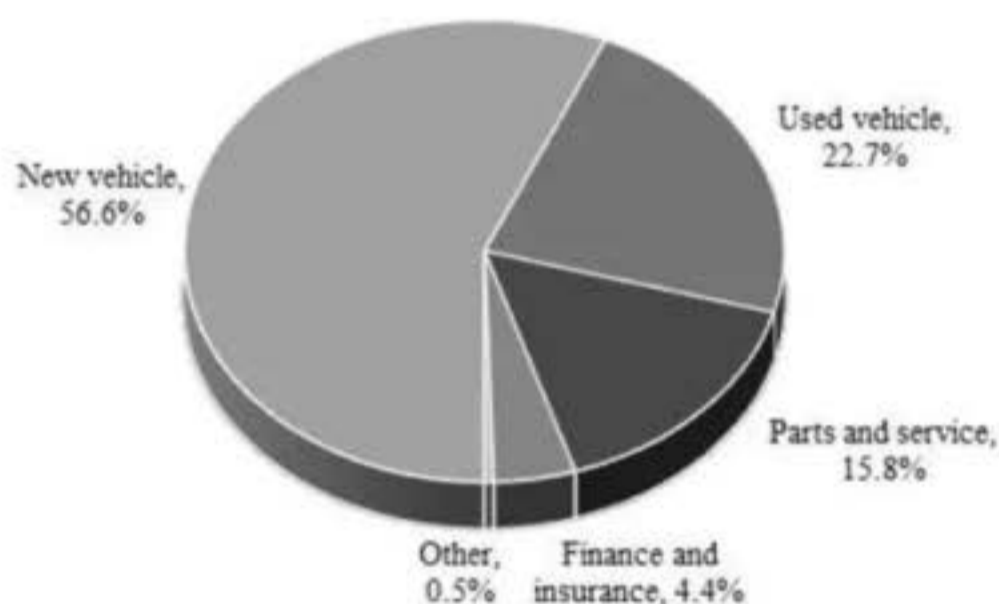
AutoNation历年销量（新车&二手车）

辆	2017	2016	2015	2014	2013
新车	329,116	337,622	339,080	318,008	292,922
二手车	234,148	225,713	227,290	214,910	204,572
合计	563,264	563,335	566,370	532,918	497,494

根据AutoNation年报披露数据，集团2017年二手车营收占比为22.7%，毛利占比为9.4%。值得注意的是，配件和服务毛利占比为44.4%，金融与保险利润比例为28.0%，售后服务及金融保险的毛利占比超过7成。

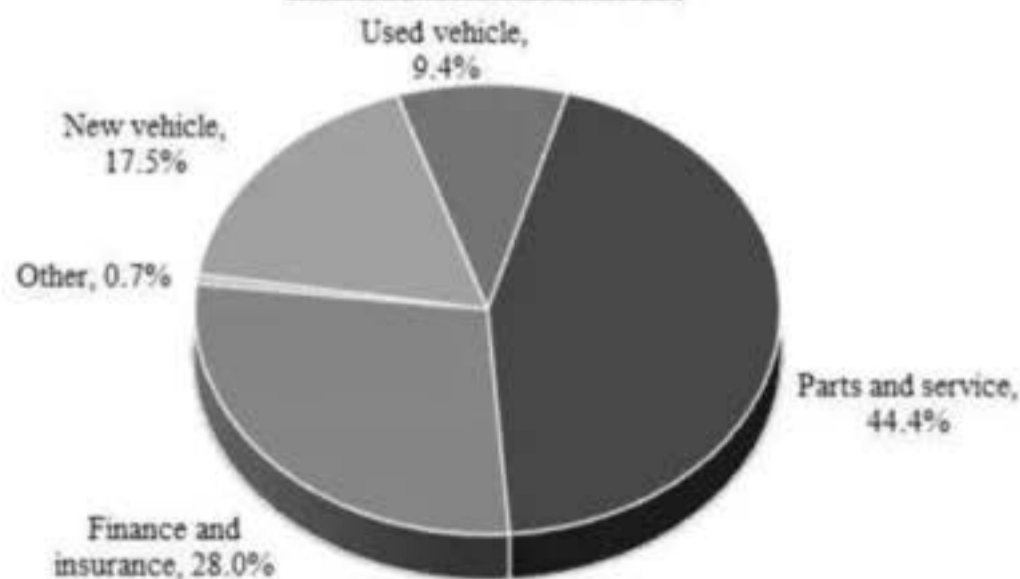
2017年AutoNation营收比例

REVENUE



2017年AutoNation毛利占比

GROSS PROFIT



AutoNation以扩大品牌影响力为经营策略

在AutoNation的商业策略方面，坚持其以客户为中心的品牌推广，包括AutoNation品牌的零件、配件、金融服务产品，并扩大集团本品牌钣喷中心和拍卖中心，2017年，集团开了两个拍卖场、一个钣喷中心并收购了7个钣喷中心，均是其扩大自身品牌影响力的实际举措。

在二手车业务的经营策略方面，AutoNation实施了“Pre-Owned 360”方案，这包含了他们的“车辆集中评估与定价”的技术与流程，以及“ We ' ll Buy Your Car ”计划（车辆回购：根据协议，可以保证客户在7天或500英里之内退车的折价幅度），一系列二手车经营策略的推出不仅有助于品牌影响力的增强和二手车销量的增加，还会为集团的售后及金融保险业务带来可观的增长。

由于移动互联网的发展，消费者越来越多的通过电子渠道购车、维修、服务，由此发展起来的第三方在线销售平台带来了极大的竞争，在utoNation看来，如果不能保持其品牌价值或者将消费者引导至其自己的电子渠道，他们业务会受到不利影响。AutoNation投入了大量的资源用于营销，以扩大自己的品牌影响力，包括品牌零配件、钣喷中心、服务中心以及独立二手车展厅，这都是其扩大品牌影响力的商业策略。

广汇集团二手车业务

2017年广汇集团二手车经营规模实现翻倍式增长，全年代理交易台次20.33万台，同比增长125.84%，

累计置换率12.60%，累计新旧车销售比达到4:1。与AutoNation相似，广汇集团的二手车业务发展路径也离不开拓展自有品牌。广汇二手车业务的经营策略是：以4S店二手车业务为基石，发展连锁化专业化的二手车交易服务中心，打造各省区二手车流通服务网络，并提供二手车业务全环节的一站式服务。

其财报中提到，进一步巩固与阿里巴巴O2O二手车电商平台合作，搭建跨越区域覆盖全国的广汇二手车交易服务平台，截止2017年末，与阿里巴巴共同开展的二手车O2O拍卖平台已覆盖25个省市，年上拍量超10万台，成交台次超4万台。同时，其经营计划中还有提到二手车租赁、建立广汇二手车品牌、开拓线上线下拍卖业务、开拓二手车电商零售、开发本品牌二手车管理系统。

（文章来源：奥德思根据财报资料整理）

2018

“售后服务质量提升及标准体系建设”

研讨暨汽车售后服务分会第八次联席会议在成都召开

2018年6月7日，“售后服务质量提升及标准体系建设”研讨暨汽车售后服务分会第八次联席会议在四川成都召开。本次会议由中国汽车流通协会主办，汽车售后服务分会承办。中国汽车流通协会秘书长肖政三、副秘书长刘文姬、售后服务分会秘书长郎学红出席本次会议。



来自大众集团、雷克萨斯、北京奔驰、东风英菲尼迪、长安福特、广汽本田、比亚迪、沃尔沃、上汽通用、大众进口车、奥迪、东风标致雪铁龙、北京现代、广汽传祺、众泰汽车、福田戴姆勒、东风乘用车、威马汽车等厂家售后服务部门代表等近30人参加了本次会议。



中国汽车流通协会秘书长肖政三做了开场致辞。肖秘指出，中国汽车市场保有量已经有2.1亿辆，其中有将近200万辆的新能源汽车，巨大的汽车保有量市场已引起厂家和经销商的关注。目前新车销售对于经销商来说已经告别高利润时代，经销商发展需要转型升级，售后服务是经销商转型升级的重点工作，也是增加新盈利点的一个重要方面。因此，做好售后服务，是汽车市场发展的必要，同时也是汽车企业，包括主机厂和经销商集团发展的重要工作。

肖秘表示，协会一直支持生产企业在售后服务方面的品牌建设。一是在国家市场监督管理总局的授权下，推进行业汽车三包，协会号召汽车经销商公开说明服务标准，以做好售后服务质量提升；二是根据汽车出现质量问题引起了诸多消费者维权案件，协会牵头并组织行业专家编制了《乘用车新车售前检查服务指引（试行）》，进一步规范汽车售前检查行为，保护消费者和经销商合法权益，促进国内汽车流通行业发展；三是协会建立了售后服务的CADA云数据库，收集消费者在4S店的购车环境、维修质量等维度对售后服务进行评价的数据，以数据说话，更加真实地反映行业服务水平。

最后，肖秘希望主机厂家要加大对汽车经销商售后服务的支持力度，充分考虑到4S店售后服务方面的体系建设，从商务政策上帮扶到经销商在售后服务方面做出业绩。希望通过汽车行业所有人的共同努力，把汽车售后服务工作做得更好，更好地满足广大消费者的需求。



中国汽车流通协会刘文姬副秘书长就PDI消费者诉讼案例与参会嘉宾进行研讨交流。刘秘提到，在2015年、2016年左右，行业有很多PDI诉讼案件；而针对该类法律纠纷，司法机关也就乘用车新车售前检查是否有行业标准和乘用车新车PDI与一般检查、维修的差别等专业问题多次向协会征询行业意见。根据司法机关的建议和行业诉求，协会发布了《乘用车新车售前检查服务指引（试行）》，以规范各品牌乘用车新车PDI工作，推动汽车行业规范健康发展。



中国汽车流通协会

一、《乘用车新车售前检查服务指引（试行）》发布和宣传

1、2016年起乘用车新车售前检查服务指引起草工作，经过调研二次专家会讨论、修改、在网上公示，于2017年3月10日发布。



中国汽车流通协会

三、国外法律参考

美国汽车经销商信息披露法规参考



同时，刘秘也与嘉宾分享了美国加州经销商对消费者信息披露的法规参考。刘秘希望厂家或经销商有相关的案例可以多与协会沟通，若案例有共性的地方，协会也将会与司法机关进行沟通，在规范和标准工作上做进一步地推进。



PDI消费者诉讼案例研讨交流

在随后的交流研讨中，厂商售后部门代表分别讲述了在PDI工作中遇到的问题，针对遇到的消费者诉讼案例进行交流和经验总结，并相互探讨解决方案，积极给出建议。



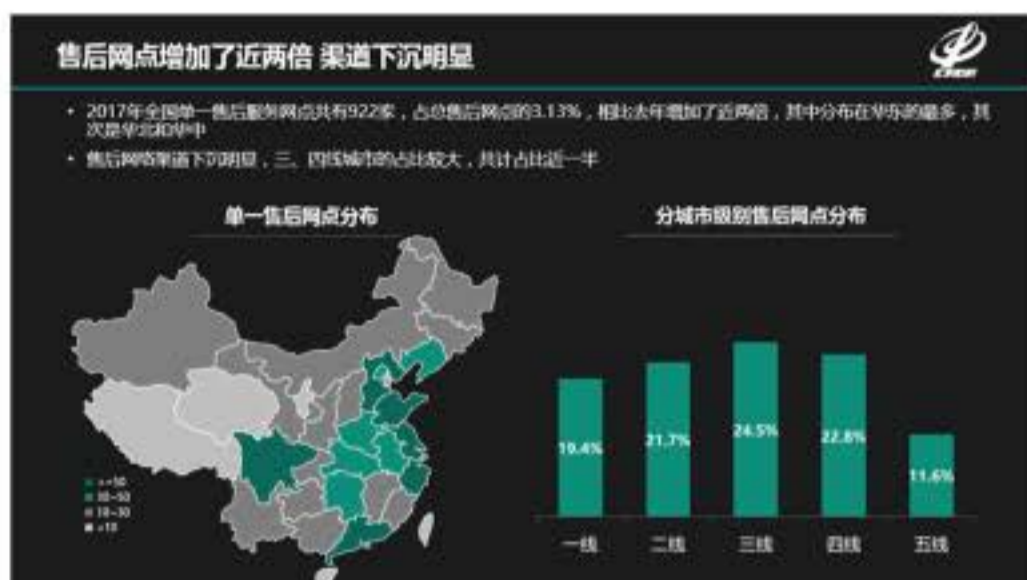
中国汽车流通协会售后服务分会秘书长郎学红女士在会上对2018年售后服务分会半年工作进行了汇报总结。郎秘表示，售后服务分会成立至今，会员队伍在不断壮大，目前累计参加售后分会活动的厂家是超过了30家企业。与此同时，售后服务分会也在不断丰富和加强与会员间的信息共享和沟通。

郎秘重点提到了关于新能源汽车三包政策调研工作进展。郎秘表示，到2017年底，新能源汽车保有量153万辆，并且增速较快。现在执行的汽车三包条例不能完全匹配新能源汽车，目前是各车企分别对电动汽车核心零部件的质保做出了相关规定。而新能源汽车市场的快速发展则急需统一规范的三包政策，协会也针对这个情况开展了一系列调研和论证工作。协会新能源研究中心在4月份对宁德时代进行了调研，在动力电池质保期、质保范围、动力电池专修等方面做了深入了解。随后，在“面向新能源汽车的售后服务”的研讨话题中，与会嘉宾围绕新能源汽车售后服务布局、售后服务难点以及智能网联汽车的发展话题，纷纷发表了各自的意见和建议。



会议中，参会嘉宾对售后服务方面即将出台的四项国标进行了讨论，重点围绕着《汽车经销商管理与服务规范》、《汽车售后服务规范》两项展开深入研讨交流。

会议的最后，在“新发展阶段的售后服务质量提升”为主题的互动研讨中，面对现阶段新车毛利下降，4S店转向后市场寻求利润的情况下，与会嘉宾围绕着售后服务下沉中的便利性提升以及售后服务盈利能力提升新创点方面进行了沟通及经验交流。



与会代表们表示，通过在本次会议上的的经验分享与交流，在政策标准、业务发展、售后质量提升等方面收获满满；尤其在PDI消费者诉讼方面的研

讨，令代表们受益匪浅。与会代表们一致希望分会可以能够经常组织此类活动，以促进在汽车售后服务方面的业务提升及共同发展。



中国汽车流通协会售后服务分会简介



中国汽车流通协会售后服务分会（以下简称：售后分会），其英文名称为：China Automobile After-sales Service Association，缩写为：CAASA，是由大型汽车集团、汽车制造厂、汽车销售公司从事汽车售后服务体系建设、管理、运营等工作的企业和机构在平等、自愿的基础上组成的自律性、非营利的全国性社团组织。

售后分会隶属于中国汽车流通协会，是中国汽车流通协会的分支机构，遵守中国汽车流通协会章程及分支机构管理办法。

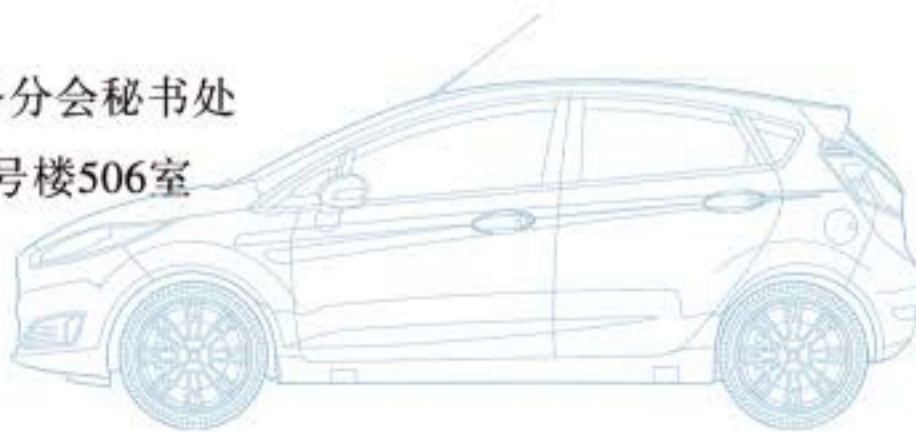
售后分会组织参与国家在汽车售后服务领域的政策及课题研究，重点开展汽车售后服务领域的标准、信息统计、管理提升、培训服务等方面的工作，及时掌握行业动态，为会员企业提供信息咨询服务，加强行业政策、标准的宣贯，维护行业整体利益。促进汽车售后服务管理依法、规范、有序实施，提高汽车售后服务管理水平和服务能力，促进汽车行业可持续健康发展。

联系方式：



扫码关注CANDA公众号

中国汽车流通协会售后服务分会秘书处
北京市朝阳区阜通西大街5号楼506室
电话：010-57389901
传真：010-57389630
邮箱：caasa@cada.cn



全面提升汽车售后服务质量 各区域沙龙工作进展阶段报告

随着中国经济从高速增长阶段，转向高质量发展阶段，汽车售后服务问题也越来越受消费者的关注。为了更好贯彻新发展理念，推进汽车售后服务质量的提升，作为中国汽车流通协会售后服务质量工作委员会，不仅在推进“2018中国汽车流通行业售后服务质量大赛”比赛事宜，帮助经销商提升盈利能力。还在全国范围开展区域经销商集团沙龙，解读数据报告，落实汽车售后服务质量提升工作。

开展分赛区启动仪式，提升售后服务盈利能力

“2018年中国汽车流通行业售后服务质量大赛”全面进入比赛阶段，2018年6月，我们分别在湖北省和广东省等地举行了分赛区启动仪式，各区域经销商集团踊跃参与齐聚大会现场。在各区域分赛区启动仪式上，分别对中国汽车流通行业状况及各区域汽车市场进行分析，帮助经销商集团了解汽车行业状况，并探讨在新常态下经销商集团所面临的问题，汽车流通行业状况，互联网+挑战的解决方案，以及如何提升售后服务盈利能力。



商务部市场体系建设司副巡视员胡剑萍女士



2018年中国汽车流通行业
售后服务质量大赛广东赛区启动仪式

走进各区域经销商集团，解读售后服务质量数据报告

售后服务质量工作委员会联合中国汽车流通协会、售后零部件分会以及北京华奥汽车服务股份有限公司，在全国经销商集团开展售后服务质量数据监测解读工作，召开提升售后服务质量访谈沙龙。2018年上半年，分别在北京、上海、广州、四川、山东、江苏、湖北等地进行了经销商集团走访，了解各区域经销商和企业参赛情况，以及售后服务工作中面临的问题。并由各区域代表解读汽车售后服务质量数据，帮助经销商集团提升售后服务质量，并发掘企业在售后服务工作中的先进形式，同时将售后服务质量监测数据与企业进行讨论交流。



江苏益昌集团区域沙龙，对如何提高
客户满意度进行了深度剖析



四川成都嘉诚汽车，提升售后服务质量访谈会



无锡东方汽车集团，开展售后经理集团会议提升售后服务质量



走进广州顺德合诚集团，开展售后服务质量数据解读会议



走访山东银座，解读售后服务质量监测数据

落实售后服务质量提升工作，推进评选优质服务店

2018年下半年，我们还坚持走进经销商集团，开展各区域交流沙龙，面对面沟通交流经销商企业在售后服务工作中所面临的问题。并解读售后服务数据报告，分享优秀案例，帮助各区域经销服务经理取长补短，努力提高售后质量，提升各品牌的客户满意度和市场竞争力。同时为贯彻国家即将公布《汽车售后服务评价规范》，对中国汽车售后服务质量监测大数据平台上注册经销商集团，进行推荐评选优质服务店，落实售后服务质量提升工作。并将于2019年1月，对行业媒体公布汽车售后服务百强店排行榜。



《汽车售后服务评价规范》国家标准正在批准状态

“总结过去，开启未来”相信在中国汽车流通协会倡导下，经销商集团提供的汽车售后服务会更加标准规范。同时，通过行业 and 经销商企业的不遗余力地宣传，不仅可以提高经销商集团的创业盈利能力，还提升了国内消费者对售后服务的满意度。让我们共同监督汽车售后服务，推动汽车售后服务行业规范发展。

新征程·新思路·新作为·新气象

—第三届中国汽车救援行业大会召开

第三届中国汽车救援行业大会于2018年5月23日圆满结束。中国汽车流通协会秘书长肖政三、国务院发展研究中心研究员李广乾、中国汽车流通协会汽

车俱乐部分会秘书长张士立分别在大会上做了重要讲话和重点报告。从宏观经济形势到产业现状和发展趋势做出了系统阐述。

中国汽车流通协会事业与中国汽车产业同步发展



中国汽车流通协会秘书长肖政三

改革开放40年，中国汽车产业，得到了迅猛的发展，有了翻天覆地变化。2009年是中国汽车的爆发年，为了应对金融危机，国家振兴十大行业，第一个行业就是汽车。当年我国汽车的产销量就突破了一千万辆大关，一举成为了整个全球生产新车的第一大国，而且连续九年，保持这种地位，这种发展的速度，是任何一个国家、市场非常羡慕也不可企及的奇迹。

改革开放40年，使得中国的汽车社会及早到来，汽车社会催生了汽车救援行业。目前有驾照的用户服务对象三亿多，超过美国人口总数。汽车保有量

已经与美国不相上下，有了快速发展的汽车用户和汽车数量，才有快速成长的汽车救援行业。汽车救援不但为出行的人员提供一个出行的保障。它有社会公益性，更具备了更大的社会责任感，它里面会牵涉到人道主义的精神，汽车救援从事的是一份非常高尚的事业，而不是一个简单的营生，应该要提高到这个高度上。所以我们所从事的救援行业是非常重要的和高尚的，责任重大。

高到这个高度上。所以我们所从事的救援行业是非常重要的和高尚的，责任重大。

审视行业现状 放眼未来发展



中国汽车流通协会汽车俱乐部分会秘书长张士立

汽车救援不光是提供一种服务，它具备两种属性。其一是经济属性，不仅要服务于客户，还要开展多种经营，在保障用户服务的基础上扩大收益，以此来支持企业的生存和发展。其二是社会属性，汽车救援要求它为用户提供基本的出行保障，还要关心社会，做好社会的应急保障工作。

从国际上汽车救援组织看，大多采用的是会员制的管理，不光是汽车救援，保险、二手车、车服务、旅游咨询等等。它从服务的单一化到多元化，从网络到区域化到全国化，这也是模式从公益到商业，然后整合国内到国际。

未来的中国汽车救援肯定是从区域走向全国，建立覆盖全国的网络服务。服务内容从单一化到多元化，从简单的保障性的服务到全方位的服务，以至于为社会提供公益性的服务。面对汽车救援巨大的潜在市场，有机遇也有挑战，要精准的找到市场定位，适应市场发展，规范企业管理与运营，提升服务品质，从而实现行业整体发展目标。

以信息化培育经济的发展新动能



国务院发展研究中心研究员李广乾

国家政策部署来看，从六个方面推进信息化培育经济发展新动能。

1、人工智能，当前人工智能发展非常的迅猛，很多人还不太理解它的意思，但是人工智能对于未来的影响真的是革命性的，从产业发展来看，我们中国的人工智能发展非常的迅猛，人工智能现在是当前行业发展重要的新兴的领域，而且是未来的基础。

2、区块链，在高科技的应用上还是很广泛的，从全国来看，区块链在中国的发展是最火最热的。

3、工业互联网，国务院去年专门出台了一个文件，这里面对工业互联网做了专门的部署，把它上升到国家的战略层面，工业互联网主要是构建工业互联网的平台，平台化未来会在各行各业出现，除了我们已经见到BAT平台，微信聊天平台，新闻媒体平台，谁能够取代平台的地位，这是需要一种除了技术，除了大资本以外，还需要一个很好的商业模式的过程，一旦取得平台的地位，它在业内发展的话语权是巨大无比的。

4、新型机器人，机器人已经有几十年了，但是基于新一代信息技术，或者说人工智能的机器人，将会对未来经济的发展产生颠覆性的影响，这也是人工智能在机器人里面的应用，改造传统的机器人。日本的机器主要是传统的机器人的架构，未来的信息技术的机器人跟它有很大的不同。

5、共享经济，现在各个地方为了促进经济发展，发展新动能，共享经济成为一个抓手，国务院专门出台了关于共享经济发展的制造意见，这里面有很多，除了刚才讲的滴滴、网约车、摩拜等等，各行各业都有发展共享经济空间的问题。

6、政府数据开放共享，这个面涉及很大，我们现在正在开展一个专题的研究，这里面涉及到新车体制管理改革，涉及到大数据的政策，也涉及到政府数据对社会数据的影响以及相关的制度。

7、“一带一路”的倡议，我们讲“一带一路”比如说产能合作，拓展新的基础设施的建设，这里面没有信息化，其实信息化在促进国家“一带一路”倡议方面可以发挥更大的作用。我们也希望未来围绕信息化对“一带一路”建设可以有很多的工作可以做，各行各业也可以在这方面，特别是我们在座的企业可以从信息化的角度入手推进“一带一路”的倡议。

制度的建设方面，信息化在培育新旧动能的转化过程中，会有多冲突和颠覆。这里面对传统行业来说有一个妥善处置的问题，协调各方面利益冲突的问题，使得新的行业获得一个有利的发展环境，这里面有待于制度的调整，需要全社会思维观念的转变，这里面制度建设是非常重要的，它是为新旧动能转换提供一个相同的社会发展环境。

标准化是实现企业健康成长质量提升的基础



中国标准化研究院服务标准化
研究所副研究员程永红

企业实现标准化的路径在于：首先提高认识。企业的标准化是一个一把手工程，一定是企业一把

手和高层高度重视，才能在企业中全面推开。并且标准化一定要有全员的参与，要有全员意识，企业的生产经营才能走上正轨，所以说企业的标准化的活动可以是在生产经营管理的活动中保持高度统一的行动和高效的运行。每个人、每项工作都建立在标准之上，不管谁来执行救援的任务，它的服务质量、程序，过程要求等都是统一的，企业以此来获得最佳的秩序和最好的经济效益。

其次是注重方法。标准在制定的过程中本身就是对各方面事故、问题的总结提升，是管理技术、方法、经验提炼的一个结果。制定标准的第一要素是人性化的原则，以提高生活和生命质量为目的，提高交往的效率。在开展标准化的前期有很多基础性工作，制定时可以采取企业合作，企业于协会合作，协会间合作等等，帮助、引领企业走规范化、标准化的道路。

第三要完善标准体系。企业开展标准化活动，不是只有零散的标准，一定要有一个完善的体系。

第四方面一定是全员参与。标准化虽在企业设立标准化部门，但所有工作和任务绝不是某一部门或某几个人能够做的事，一定要体现在全员参与，是从法人代表或授权管理者的组织下，明确各部门和单位的标准化职责和权限，并通过权限和职责考核得以落实，同时也是企业实行绩效管理非常好的基础。

企业的标准是一个系统的科学，也是管理方面系统化的工程。特别是在道路救援这个领域，标准化的意识还是任重道远，还有很多要加强的地方，后面还有很多的工作要做。

宏观政策调整有利于汽车救援稳步发展



交通运输部规划院主任魏永存

2017年9月份国家14个部委联合引发的促进道路货运行业健康稳定发展的计划，以解决我们当前整个道路运输等行业存在的突出的矛盾，进一步推进这个行业的转型升级和发展。

首先从我国整个道路运输行业的业务来说，目前我国总共有货运业务接近680万户，我们的营运车辆接近1400万车，从业人员2100万，就整个救援的市场加上相关联业态的从业人员，初步的估计是接近一个亿，整个人员的规模，市场的总量和我们市场主体都是非常庞大的。

另一方面，从对整个社会的贡献来说，我们的货运业完成的产值接近3万亿，接近GDP的35%，从货运量和周转量占整个社会的比例都是非常高的。

还有一个数据是道路货运行业在物流体系的作用，是对物流成本的占用都是有不可忽视的作用。对经济社会发展的基础保障方面，从就业方面，从业人员占服务业就业总人数的10%。通过相关的数据的分析，也是决定了国家、部委对这个行业的重视程度。

因此，十四部委围绕整个行业存在的特性的突出的问题，制订了具体的行动计划，形成了这么一个目标，两个阶段，五大行动，10件实事，22项举措。

这几年市场竞争比较激烈，针对这些问题我们想有这么几个举措，首先涉及标准化工作，标准化问题不能解决，许多的组织模式的问题，现代化水平的问题都无从谈起。其次，鼓励一些互联网+新业态的发展，在货运、救援里面出现新的技术、业态来推动整个行业的转型、发展和升级。

汽车物流助力汽车救援业的发展



中国物流与采购联合会汽车物流分会秘书长左新宇

在我国汽车救援行业中，乘用车的物流是其中一项重要板块。很多救援企业在开展救援业务的同时，承担了乘用车单体的运输任务。

那么汽车物流行业和救援行业有何不同？

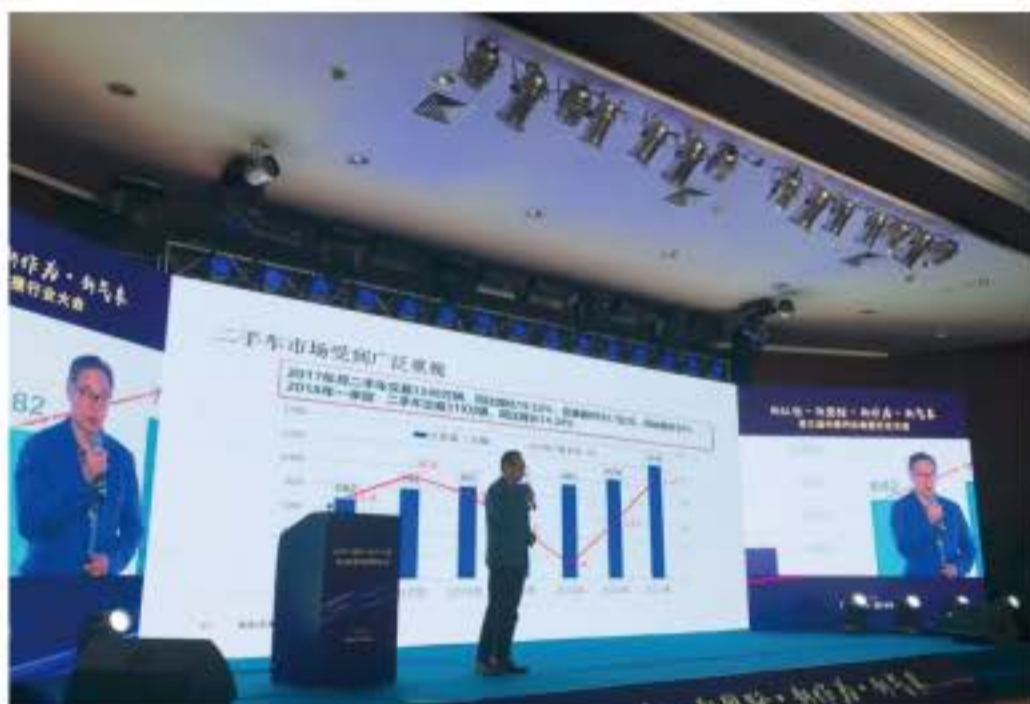
一、我国汽车物流行业是以订单作为一个单元来做的，比如说这个店定了两三台车子，批量式的运。而汽车救援行业是单台来运。

二、汽车物流负责把车从主机厂运到经销商的手里，所做的是2B业务；汽车救援是做2C端，服务于普通的消费者客户。

汽车物流行业发展大趋势，要降低物流成本，提高运输效率，主要的方式就是提高车辆的周转率和平均的运行的里程。具体办法是将原来的马拉

松的方式变成4S店的方式，要在中间设DC、区域分拨库，也有四位的载位车，也有很多是利用社会的零散的运力。因此汽车物流与汽车救援两个业态是优势互补的。

探索汽车产业新格局，引动汽车救援新思考



社会在进步，时代在发展，任何事物都不是一成不变的。汽车行业也不例外，会不断的发生改变，出现新的格局。作为汽车行业所有从业者要根据未来的变化适时调整应对新的形势与变革。

第一、市场的变局。

我国国民经济反战路径是从高速发展到品质升级，汽车行业也不例外，必然沿袭快速发展到质量提升的路径。

第二、产品的变局。

新能源车已经开始进入了中国的家庭，主要是政策鼓励，拉动新能源车的消费。政策主要涉及，

一是新能源车补贴政策，二是购置税的减免的政策，三是双积分的政策。从需求端到生产端都有政策的支撑。

在此情况之下，产品的变化会使整个汽车产业发生比较大的变化，一个是生产端的变化，目前的生产厂老大在十几年以后未必就是老大。二是整个销售体系重新的再造。现在很多的新能源汽车开始做直销，还有服务体系的变化，电动车不存在传统汽车的定期保养保，它的维修、保养跟现在是完全不同的两个概念。

第三、技术的变局。未来汽车将是智能网联的自动驾驶，并通过网络提供的各项售后服务。

第四、使用方式的变局。

随着智能汽车的普及，对汽车使用的目的会发生变化，在未来智能汽车普及以后，它不仅仅是出行的工具，同时兼具智能终端的用途。

基于2017中国汽车救援行业二十强企业数据分析



中国汽车流通协会副秘书长郎学红



从救援企业整体的营业规模来说，在五亿产值以下还是主流，现在我们可以看到五千万元到两个亿的营业额占到70%，整个行业还是比较分散的，即便TOP20的企业，只有一家的营业额是在十亿以上。所以说总体来说，很多行业的总体的营业规模在五千万到一亿这样的状况。平均的水平比去年有所提升，2016年是平均产值1.4亿，2017年达到1.7亿。

救援的业务来源，目前主要是保险公司，还有主机厂家，另外4S店集团，4S店集团有一部分实际上也是主机厂家这边合作的救援的公司；总的来说可以看到20强的企业还是跟保险公司的合作比较多。

在整个救援业务中，故障救援占据比例较大，事故救援的比例是只有23%，也就是说故障的救援量是事故救援量接近三倍水平。未来新能源占比越来越高，在初期由于新能源汽车也是一个新产品，使得故障的救援量还要提升。

未来汽车救援重要的是真正的承担起社会的责任，推动整个全社会安全无忧的出行，美国AAA致力于做如何解决老人和儿童的出行的安全的问题，对于他们来说，它通过企业公益的事业来降低由于道路安全的问题，导致儿童和老人伤亡的事件，这些也是我们整个汽车救援行业要推动全社会向着安全无忧出行来发展。



通过北汽新能源汽车发展看电动汽车救援服务的特点和客户的需求。



北汽新能源汽车销售有限公司高级经理李博

电动汽车的发展决定了汽车救援业务将面临的主要几种情况，解决这些问题是解决电动车救援发生率较高问题的关键。

电动车救援服务的特点之一：动力电池与电瓶亏电是导致救援的主要原因。

电动车救援服务的特点之二：依赖拖车，救援服务商路修能力偏弱。

电动车救援服务特点之三：救援的方式及目的地更加丰富。

电动车救援服务特点之四：救援的安全性不容忽视。

这几年大家听过或者说接触过极端的案例，就是在十左右的量级中。截至到2017年年底，新能源汽车的保有量达到153万，在这种情况下，极端案例出现的机率是十万分之一，即使是十万分之一，但要特别的注意，特别是注意以下的几种情况：

- 1、泡水电动车的水下作业。
- 2、泡水电动车的陆地作业。
- 3、动力电池壳体变形车辆。
- 4、动力电池部位冒烟的车辆。
- 5、熄火后动力电池部位异响的车辆。

无论从厂家角度，还是从目前救援服务企业角度，总体来说对于突发事件处理的能力和和经验都非常的欠缺，确实有待后续专业组织共同研究解决。如协会的推荐或者说相关方来共同的携手研究。从实际案例来讲，厂家很少能够接触到更多的实际案例，或者说案例发生时，若不在现场，就再没机会参与到案例的处理过程；所以致使厂家掌握的经验以及后续的技能目前还是非常的受限。

因此，需要具备特别案例处置、特别事故处理能力的各电动车厂家、汽车救援单位、协会组织共同努力，从行业角度积极推动相关的经验。

为智能化汽车提供智能化服务



车享（上海）汽车俱乐部有限公司总经理谈哲炜

对于智能化汽车的救援，将是机械操作与智能化操作的合二为一；搭电、换胎、拖车需要数控中心的支撑指令。因为它的电子化的程度非常的高，传统的救援可能连车门都不一定打开。在能源组上进行救援，内饰的椅子可以360度的旋转，如果它卡住了怎么办呢？我们这些救援公司有可能在将来的有一天，要留出空间如何做智能化的救援。

智能化汽车在这救援过程中怎么样和他们来对接的呢？未来80%的车主信息不需要传递到救援平台这边，直接传递到救援的公司。终极的判断，智能化汽车不会有抢修的业务。

同时自动化派单，通过种种的问题来调派最合适的车子到目的地。我们以后有可能会换一个模块，对拖车服务会有更高的标准，以及对汽车救援能力一定会延伸到我们的生活之中。

行业面临的主要任务，建立极具操作性、接地气的救援标准。现在的救援实体企业手上有十几个救援系统要来接这个单，每个系统要求不一，造成资源浪费。最好在标准的基础上建立第三方的系统实现标准化统一派单，统筹共享化的救援资源。



美国最大二手车零售商： CarMax 2018财报分特点析

CarMax公司成立于1993年，是全美最大的二手车零售商，但同时也开展拍卖业务。截止2018年2月28日，CarMax共运营188家二手车门店，73家二手车拍卖市场。其中，2018财年新开设了15家二手车门店，并计划在2019财年再开设15家门店，以及2020财年开设13到16家门店。



销量

从近几年的数据可以看出，CarMax的零售量和拍卖量一直在稳步增长。2018财年，CarMax共零售二手车72.2万辆，增长7.5%，而这不仅是因为强大的店内执行力，还得益于对网站和客户体验的持续改进；拍卖二手车40.9万辆，增长4.3%，主要是因为估价购买率的提高和门店基础。

CarMax历年零售量&拍卖量（万辆）



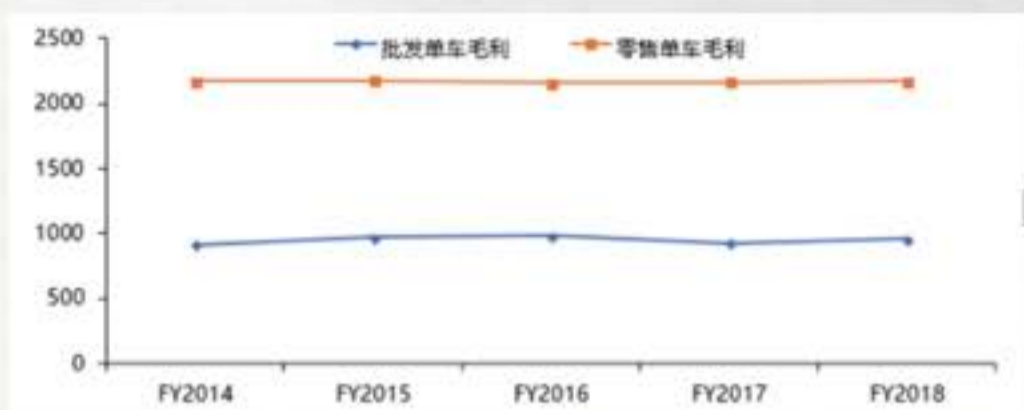
收入

2018财年，CarMax总收入171.2亿美元，增长7.8%。其中，零售收入143.9亿美元，增长8.5%；拍卖收入21.8亿美元，增长4.7%。CarMax汽车金融(CAF)的收入4.2亿美元，增长14%。

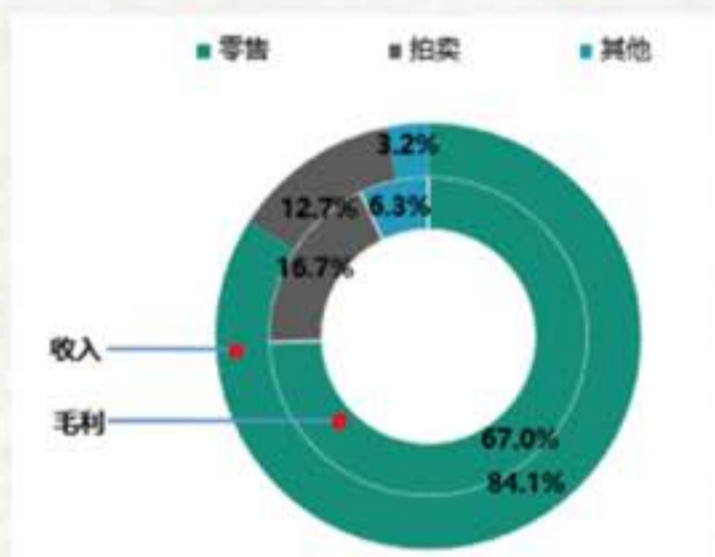
CarMax历年零售&拍卖收入（亿美元）



CarMax历年零售量&拍卖量（万辆）



CarMax的营业收入和毛利主要来自二手车零售业务。2018财年，零售业务收入占总收入的84.1%，零售业务毛利占总毛利的67.0%。



CarMax 主要销售1-6年车龄的二手车，2018财年的平均零售价格为19757美元，微增0.9%；平均批发价格为5102美元，微降0.1%。而CarMax竞争对手包括授权经销商、独立经销商、电商平台、私人间交易。其中，全美18,000家授权经销商，是CarMax的主要零售竞争对手，因为它们销售的大多数都是较新的二手车。但CarMax也必有它自身的绝对优势，才能成为现在全美最大的二手车零售商。

今年4月份中国汽车流通协会组织的美国二手车市场考察活动中，据对CarMax有深入研究了解的专家介绍，在CarMax除了CEO之外，员工都是没有二手车从业经验的人员，所有流程标准化，不需要对车掌握太多知识，员工入职之后对业务流程进行培训即可上岗。一家店买手15~20个，类似于国内评估师，人均每月收30~40台车。买手的工资比较高，评估之后把信息上传系统，由系统给出定价。正如 CarMax的创始人Austin Ligon在公开场合多次分享CarMax成功的准则——规模、低成本以及可复制性。通过不断优化的报价体系和标准化流程管理，缔造了CarMax快速高效的复制基因。（信息来源：CarMax）

（信息来源：摘编自CarMax2018财年年报）

美国第十二大汽车经销商集团 ——路德集团的销售之道

随着像特斯拉这样的新创公司带来的直营模式的发展，以及国美、苏宁等卖场模式的入局，新零售模式给传统经销商带来了巨大的冲击，经销商各辟蹊径应对市场变化。美国作为成熟市场，其经销商的应对之策值得我们学习借鉴。



路德汽车集团是一家总部位于明尼苏达州的经销商集团，成立于1952年，在5个州拥有34家经销商。他们是一家家族经营的公司，同时也是美国销量第12大的经销商集团。

路德汽车集团的核心价值观是他们的“为服务而奋斗”的使命，指的是在当地社区参与来帮助那些遇到困难的人，帮助他们戒除上瘾的恢复和工作的准备，并帮助他们满足他们的基本需求。

但是，这一“杀手锏”全美所有的经销商都在采用，并不能为路德汽车集团带来更多的优势，在新零售的“逼迫”下，集团推出了组合销售方法——“路德优势服务”和“终身价值”。



路德集团为从旗下经销商购买新车、二手车和租赁的消费者提供“路德优势服务”。路德的优势包括包括商店在假日的购买汽油和洗车的折扣、美国购物中心的折扣卡（明尼苏达州布卢明顿市最知名的超级购物中心）、5天或500英里的二手车退换政策、7*24在线服务安排、免费Carfax汽车历史报告等（自主查询Carfax报告是要收费的，60天内查1次39.99美元，查5次49.99美元，无限次54.99美元）。

发现路德的优势

Holiday Stationstores的燃气和洗车折扣

每个新车和二手车购买或租赁都附带在Holiday Stationstores上有有效的Luther Advantage+.

[了解更多:](#)

Mall of America® 折扣卡

每个新车和二手车购买或租赁都附带在多个MOA®地区零售店有效的美国商店折扣卡.

[了解更多:](#)

路德的董事们明白，随着利润压缩的不断挑战，仅仅依靠销售汽车是不够的。经销商必须挖掘他们经常性的收入来源：服务部门。经销商通过对目前保有客户的售后服务服务他们的车辆，直到他们准备购买另一辆新车的客户是“终身价值”的客户，路德汽车集团正用有效措施吸引他们的忠诚度。

由于路德汽车公司为客户提供了如此高价值的服务，首席运营官麦克·加拉格尔(Mike Gallagher)说，他们已经厌倦了向大众推销汽车的做法。营销团队理解，在广告投放时，识别并集中注意达到HLV客户将会带来更高的回报。

“现在我们公司是从营销策略中学习有效方法，而且这些方法在其他行业中已经取得了成功，我们努力的将这些转移到适合我们的消费者身上”加拉格尔说。“作为拥有60多年历史的经销商集团，我们有大量的一手数据可供我们挖掘。我们需要一个合作伙伴来帮助我们改进：我们如何利用它来进行市场营销和目标定位。”

路德汽车集团与SimStudio公司合作，实施StaskTalk征服，该产品通过营销活动帮助识别和接触潜在的HLV消费者。他们使用它将客户数据输入到一个预测模型中，该模型可以识别并评估其市场中具有适当富裕和生活方式特征的家庭，以符合HLV标准 - 并排除在经销商处有过往交易的家庭。

一旦路德汽车集团确定了这个目标明确的潜在客户名单，这些客户满足了特定经销商的HLV客户模型，他们就展开了一场精准的数字广告（通过邮件、社交媒体等）推送宣传活动，以达到使客户心动的目标。

加拉格尔希望确定，他的数字广告活动确定并定位的潜在HLV客户不是那些本来愿意访问并与经销商进行交易的客户。

“重要的是，我们通过广告推送来证明这个营销是有效的。我们不断地在印刷、电视和广播领域进行各种营销活动，并且在该领域已经有了良好的声誉。“这家公司超出了我的预期，他们能够证明我们一家经销商的一场特定战役的成功。”

在60天的时间里，路德汽车以平均每天每户3次的频率通过相关媒体设备推送到客户手中。从广告宣传 and 潜在受众自主转化的角度评估由此产生的汽车销量，其转换率比潜在受众用户主动认知集团或者经销商高出三倍，平均利润高出17%。

在那些从通过广告活动观众慕名而来购买汽车的人中，有更高比例的人会在销售后的六个月内回到路德汽车集团的经销店为他们的汽车再次购买服务，远远高于路德的普通客户。

路德CEO表示：“我们以有路德优势能为客户提供终身价值服务为荣，并很高兴看到我们对HLV前景的关注已经收到了回报。我们的创新能力使我们的团队在过去60多年里一直保持着很高的销售业绩，我们将继续尽一切努力来服务现在的消费者”



(文章来源：奥德思编译自《Auto Dealer Today》)

四川省汽车市场分析



2017年，四川省新车注册量为117.9万辆，占全国注册量的5.03%，高于四川省汽车保有量、GDP以及社会消费品零售总额占全国的比重，但是低于四川在全国的人口占比。同时，四川省2017年二手车交易量为88.2万辆，占全国比重的7.11%，四川省消费者对汽车的需求旺盛，四川省汽车市场前景乐观。



2018年1-4月，四川省汽车市场增速回升，市场份额再度升高。从历史数据来看，四川省2016、2017年销量增速低于全国，2017年呈现负增长的状态，低于全国增速。2018年1-4月，四川省汽车市场增速为14.1%，高于全国9.3%的平均水平。伴随着增速回升，四川省的销量份额也再度升高，占比全国5.57%。



从2016年各省乘用车千人保有量来看，四川省的千人保有量为172辆，在西部省份位于靠前位置，伴随着消费升级，未来仍具有很大的发展空间。东部、中部和西部排名靠前的省份分别是北京、海南和宁夏。



截止2017年末，四川省授权经销商为1407家，同比增长3.4%，低于全国同期6.9%的授权经销商网络增速。



分地市来看，成都市汽车销量占据了全省销量的龙头，2018年1-4月，成都市汽车销量为19.4万辆，占据全省销量的48.7%。与2017年相比，2018年1-4月四川省各地市销量份额变化最大的分别是巴中市和德阳市，分别为+0.5%和-0.5%。



对比历年数据，四川省进口品牌经销商网络份额不断提升，在2017年达到12.9%，高出全国同期1.2个百分点，合资品牌网络份额虽然降低，但是四川省合资品牌的网络份额逐渐超越全国，由此可见，投资人更倾向于投建进口、合资品牌。



2017年，四川省平均单店销量有所回落。从历史数据来看，四川省平均单店销量普遍高于全国，但是2017年四川省平均单店销量呈现负增长的状态，降低了5.8个百分点。从增速来看，2014年四川省平均单店销量大幅增长，此后便低于全国。



山西省汽车市场分析



2017年山西的汽车市场呈平稳增长之势，2017年新增乘用车注册量 73.9万辆，占全国新增乘用车注册量的3.15%，截止2017年底，山西省授权汽车经销商816家，占全国的2.86%，民用汽车保有量 595.4万辆，占全国民用汽车保有量的2.74%。

从历史数据来看，山西市场所占全国市场份额较为稳定，而2014、2015、2016年山西销量增速低于全国，但2017年销量增速高于全国。



2018年1-4月份，山西省乘用车销量为16.2万辆，与2017年相比，各月度销量增速趋势基本一致，2018年1、2月山西省乘用车销量同比增速高于全国。

2017年，山西省SUV市场份额为41.8%，略低于全国44.2%的平均份额，山西省自主品牌市场份额为43.4%，高于全国7.1个百分点；另外，韩系车市场份额也高于全国，其他系均低于全国份额。



截止2017年末，山西省授权经销商为816家，占据全国经销商网络份额的2.9%；2017年山西省网络增速为8.2%，高于全国6.9%的增速。

其中自主品牌通用宝骏网络稳居第一，吉利汽车、北汽幻速网络数也稳步提升。



从历年分品牌网络数量榜单来看，汽大众、上汽大众、北京现代、通用别克始终位于TOP10，



2018年6月份汽车消费指数为63.4

2018年7月2日，中国汽车流通协会发布6月份“汽车消费指数”：2018年6月汽车消费指数为63.4，对比上月呈微升趋势，预计7月份市场依旧较为平淡，销量与6月份相比相差不大。

汽车消费指数趋势图



从构成汽车消费指数的分指数来看，2018年6月份需求分指数为64.3，继续呈下降趋势，消费者购车需求驱动力依旧较弱。

汽车消费指数-需求分指数趋势图



近几月国内三、四线城市房价新一轮高涨，挤压了其他消费的空间，消费者汽车购买力进一步下降。7月份，全国大部分地区天气高温炎热，南方进入汛期，消费者进店看车受到影响，到店意愿进一步降低。7月1日进口汽车关税正式下调，在此之前持币观望的消费者预计从7月份开始陆续进店购车；部分消费者预计7、8月份将是全年车辆价格最低的月份，因此会选择在此期间进店看车并购买；7月份学生开始放假，有自驾出游计划的家庭将开

2018年6月份进店分指数为61.3，消费者进店看车意愿持续降低。7月份，全国大部分地区天气高温炎热，南方进入汛期，影响消费者进店看车。

汽车消费指数-进店分指数趋势图



2018年6月份购买分指数为67.0，消费者实际购买意愿依旧不高。

汽车消费指数-购买分指数趋势图



始购车计划。中美贸易战将对豪华品牌市场影响较大。综合上述因素，预计7月份市场销量较6月份变化不大。

新闻联系人：

中国汽车流通协会产业协调部

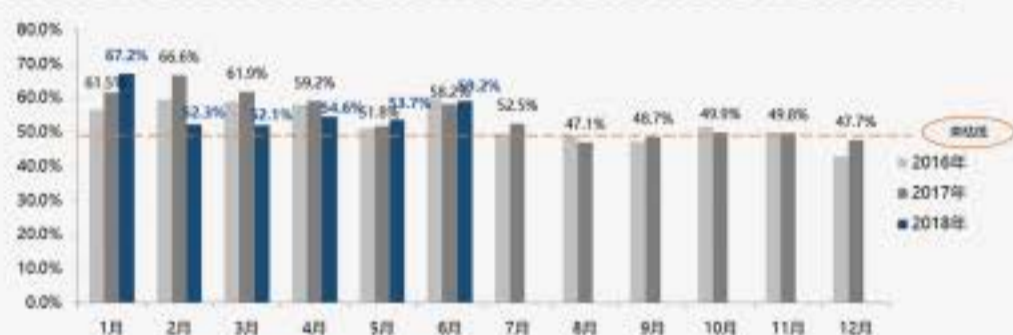
回玉梅 Tel: 010-57389901

Email: chanyexietiao@cada.cn

2018年6月份中国汽车经销商 库存预警指数为59.2%

中国汽车流通协会发布的“中国汽车经销商库存预警指数调查”VIA (Vehicle Inventory Alert Index) 显示, 2018年6月汽车经销商库存预警指数为59.2%, 环比上升5.5个百分点, 同比上升1个百分点, 库存预警指数位于警戒线之上。

2016-2018年中国汽车经销商库存预警指数图



6月南方地区天气炎热, 到店客流量减少; 部分地区买房客户较多, 购车计划滞缓; 6月为考试月, 中高考考生家庭没精力看车; 受政策影响(进口汽车关税下调、北京地区外地牌照限制进京证次数等)市场环境不好。各大品牌半年度冲量, 提车任务量增加; 经销商库存当量高, 资金占用大, 车型价格竞争激烈, 单车利润低。

从分指数情况看: 6月, 库存指数环比上升、市场需求指数、平均日销量指数、从业人员指数、经营状况指数环比下降

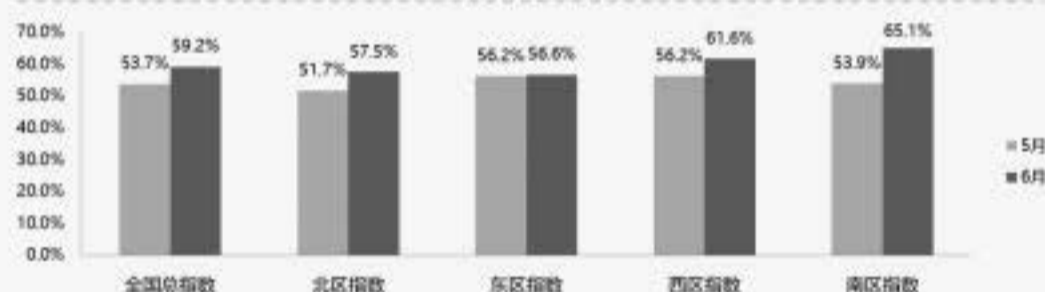
根据调查, 7月随着部分品牌新车型的上市, 市场关注度会有一些的提升。不过经销商预计市场依然不乐观。由于进口汽车关税调整, 客户观望, 7月还会调整, 进口车压力大。

中国汽车流通协会建议, 经销商要根据实际情况, 理性预估实际市场需求, 合理控制库存水平,



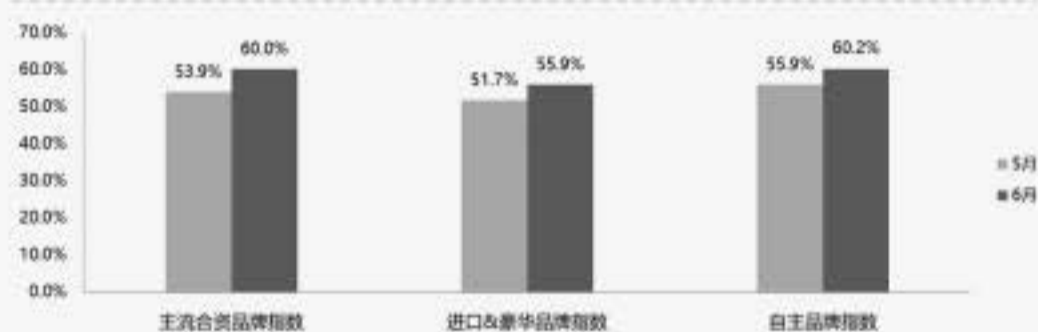
从区域指数情况看: 6月份全国总指数为59.2%, 北区指数为57.5%, 西区指数为61.6%, 南区指数为65.1%, 东区指数为56.6%。东区指数与上月基本持平, 北区、南区指数和西区指数环比上升。

库存预警区域指数



从分品牌类型指数看: 2018年6月, 各细分市场均有不同程度上升。

分品牌类型指数



以防库存压力过大, 导致经营风险。

新闻联系人:

中国汽车流通协会产业协调部

回玉梅 Tel: 010-57389901

Email: kucun@cada.cn

2018年6月份 中国二手车经理人指数为47.1%

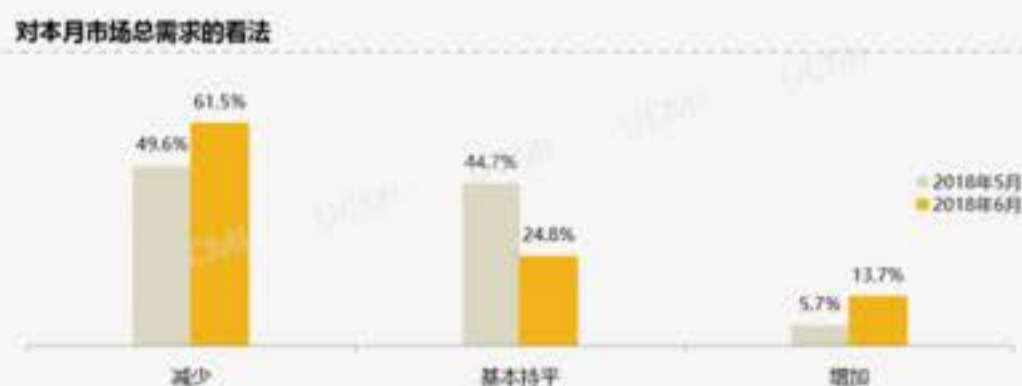
2018年7月3日，中国汽车流通协会发布6月份“中国二手车经理人指数”(UCMI)。本期UCMI结果显示，6月二手车经理人指数为47.1%，处在荣枯线之下，市场交易不太活跃。

6月份二手车经理人指数



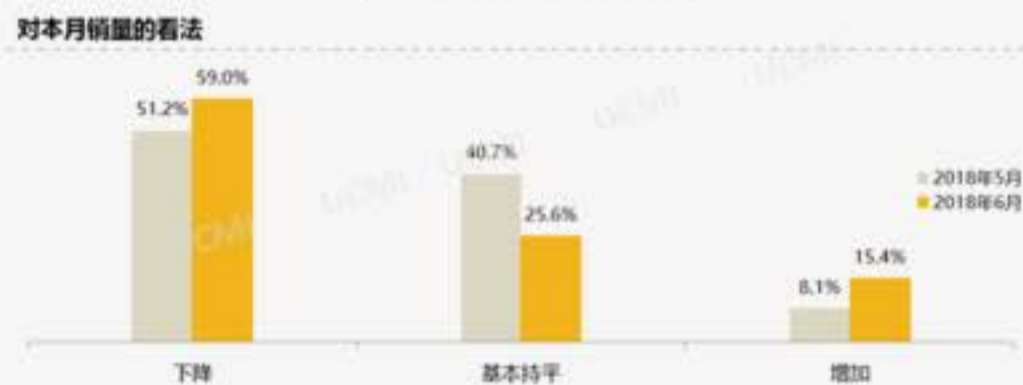
调查显示，6月份二手车市场总需求相比5月份减少，认为市场总需求“减少”的经销商比例为61.5%；“增加”的比例为13.7%。6月份天气炎热，到店客流量少，加上，最近房价上涨，影响了消费者购车意愿，尤其是那些二、三线城市的买房刚需客户，这一定程度上导致6月份市场总需求减少。

6月份二手车市场需求



调查显示，6月份二手车销量相比5月份下降，认为销量“下降”的经销商比例为59.0%；“增加”的比例为15.4%。6月份依然处于市场淡季，市场需求减少，导致二手车销量下降。

6月份二手车市场需求



调查显示，6月份二手车收购价格和销售价格相比5月下降，认为收购价格“下降”的经销商比例为37.6%，“上涨”的比例为6.0%；认为销售价格“下降”的经销商比例为41.9%，“上涨”的比例为4.3%。受新车降价的影响，二手车价格也降低，甚至有经销商出现高买低卖现象。

6月份二手车市场需求



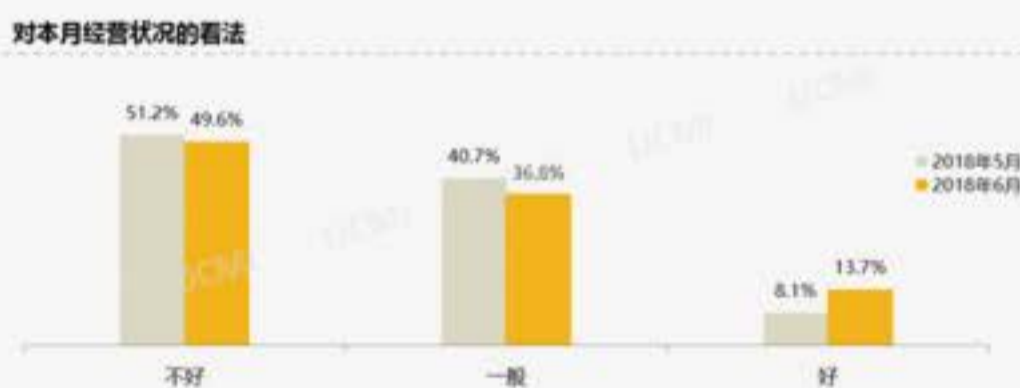
调查显示，6月份库存量相比5月减少，库存周转时间相比5月增加。其中认为库存量“增加”的经销商比例为29.1%，“减少”的比例为31.6%；认为库存周转时间“增加”的经销商比例为43.6%，“减少”的比例为11.1%。6月份收购量减少，导致库存量减少，库存压力减小。

6月份二手车经理人指数



调查显示，经销商认为6月份的经营状况比5月份差，认为经营状况“不好”的经销商比例为49.6%，认为“好”的比例为13.7%，认为“一般”的比例为36.8%。6月份二手车销量下降，整体经营状况不是很好。

6月份二手车经理人指数



总体来看，2018年6月份的二手车市场依然不太活跃，行业整体景气度不高。接受调查的二手车经理人认为，考虑到天气等原因，7月份应该很难走出

市场淡季，所以预计7月份的市场需求和销量会下降，信心指数为43.5%。据二手车经理人表示，在市场淡季，大家一般会减少收购量，控制库存水平，所以预计7月份库存压力会有所缓解。

另外，据了解，市场环境差、竞争压力大及利润偏低，依然是二手车车商目前面临的最重要问题，他们目前最迫切希望的是政府部门可以加快修订《二手车流通管理办法》，加快建立临时产权制度，以及加快改革二手车增值税征收方式。

此外，据河北的一位二手车经理人吴先生介绍，目前同行之间的竞争是比较激烈的，本来市场淡季，他们的销量就不太好，再加上新车降价，导致他们库里的车根本卖不上价，有的甚至是高买低卖，赚不了钱，这让他很愁闷。

行业人士建议，二手车商应随时关注新车价格变化，作为自己收车定价的基础，有条件的话可以多参加二手车残值评估方面的培训，或是直接与第三方合作，让专业的人做专业的事。另外，还需要合理管控库存量和库存周期，据本期调查结果显示，本月平均的库存周期为46.2天，相比5月份有所延长。

二手车经理人指数工作组联系方式

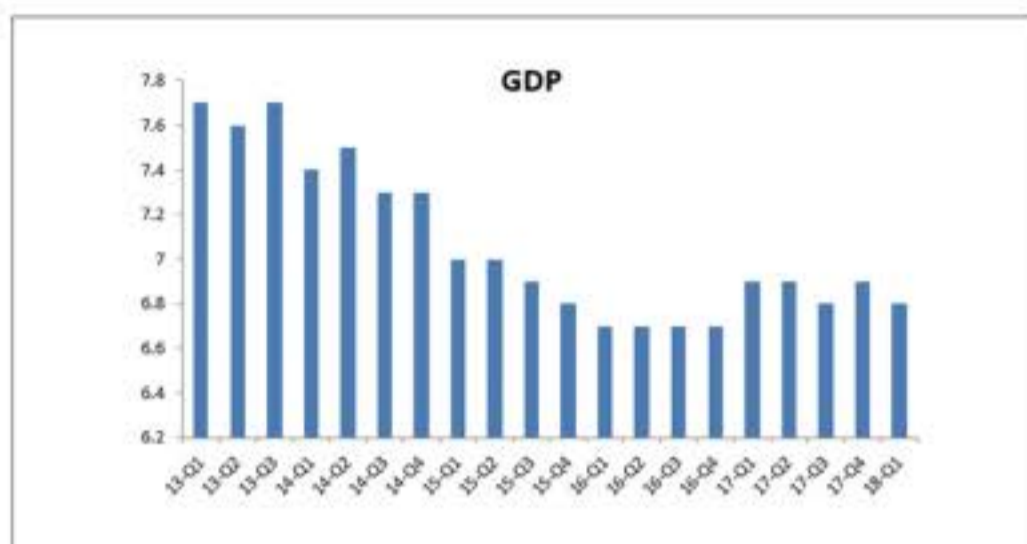
联系人：樊宇

电话：13810043914 /010-57389901

邮箱：fanyu@autods.cn

微信号：ucar-jlr

宏观经济运行



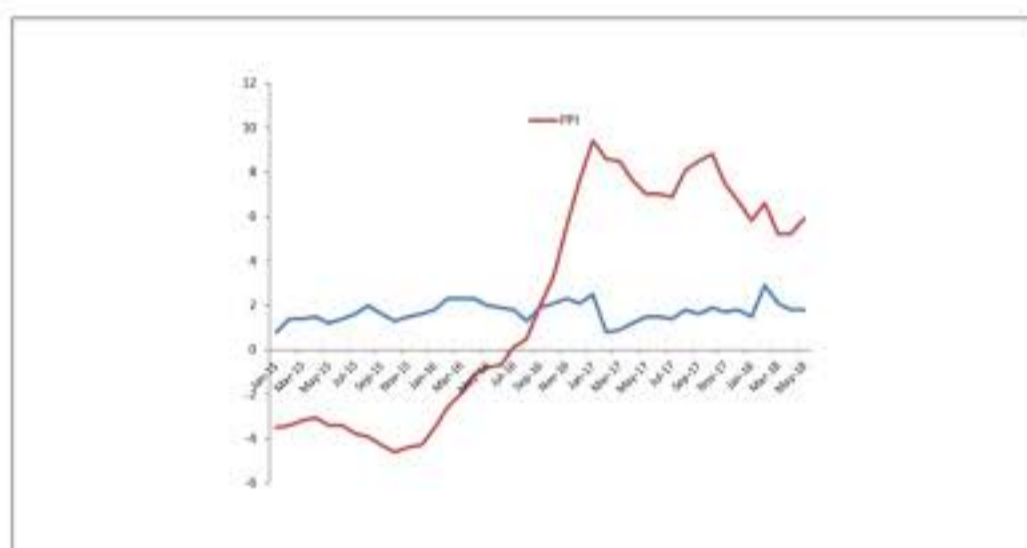
国家统计局公布，经初步核算，2018年一季度我国国内生产总值198783亿元，按可比价格计算，同比增长6.8%。从数据来看，今年一季度我国经济6.8%的增速和去年四季度持平，这也是我国经济增长率连续第11个季度稳定在6.7%至6.9%的区间。

消费者信心指数



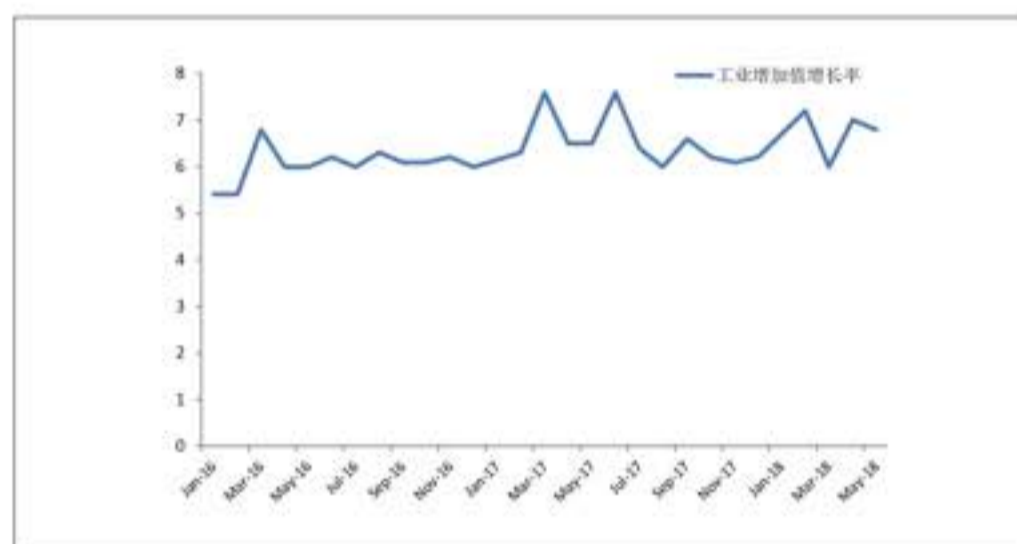
国家统计局公布，2018年5月，中国消费者信心指数为122.9，消费者预期指数为126.1。

价格指数



国家统计局公布，2018年5月份全国居民消费价格指数（CPI）和工业生产者出厂价格指数（PPI）数据显示，CPI环比下降0.2%，同比上涨1.8%；PPI环比下降0.2%，同比上涨4.1%。

工业增加值增长率



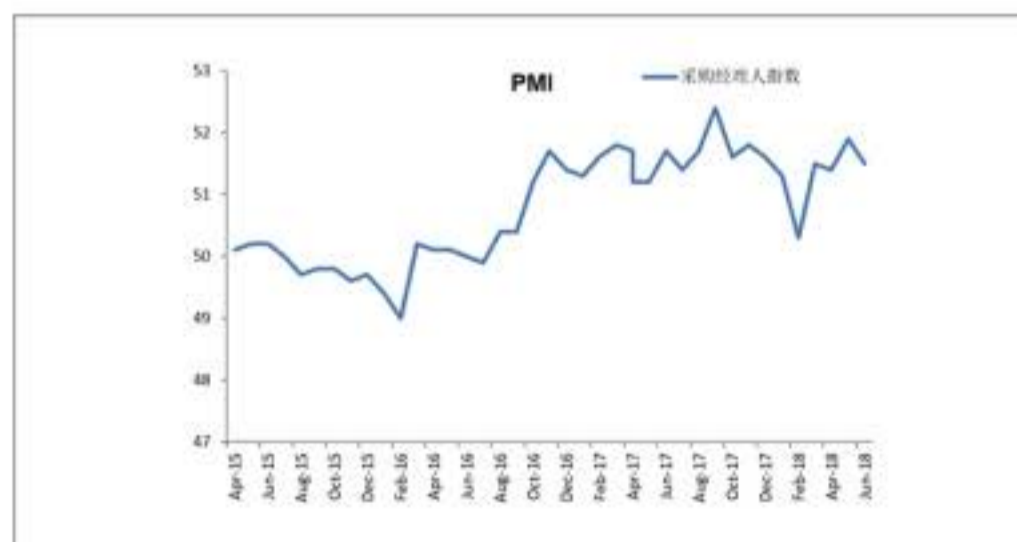
国家统计局公布，2018年5月份，规模以上工业增加值同比实际增长6.8%

消费品零售总额增速



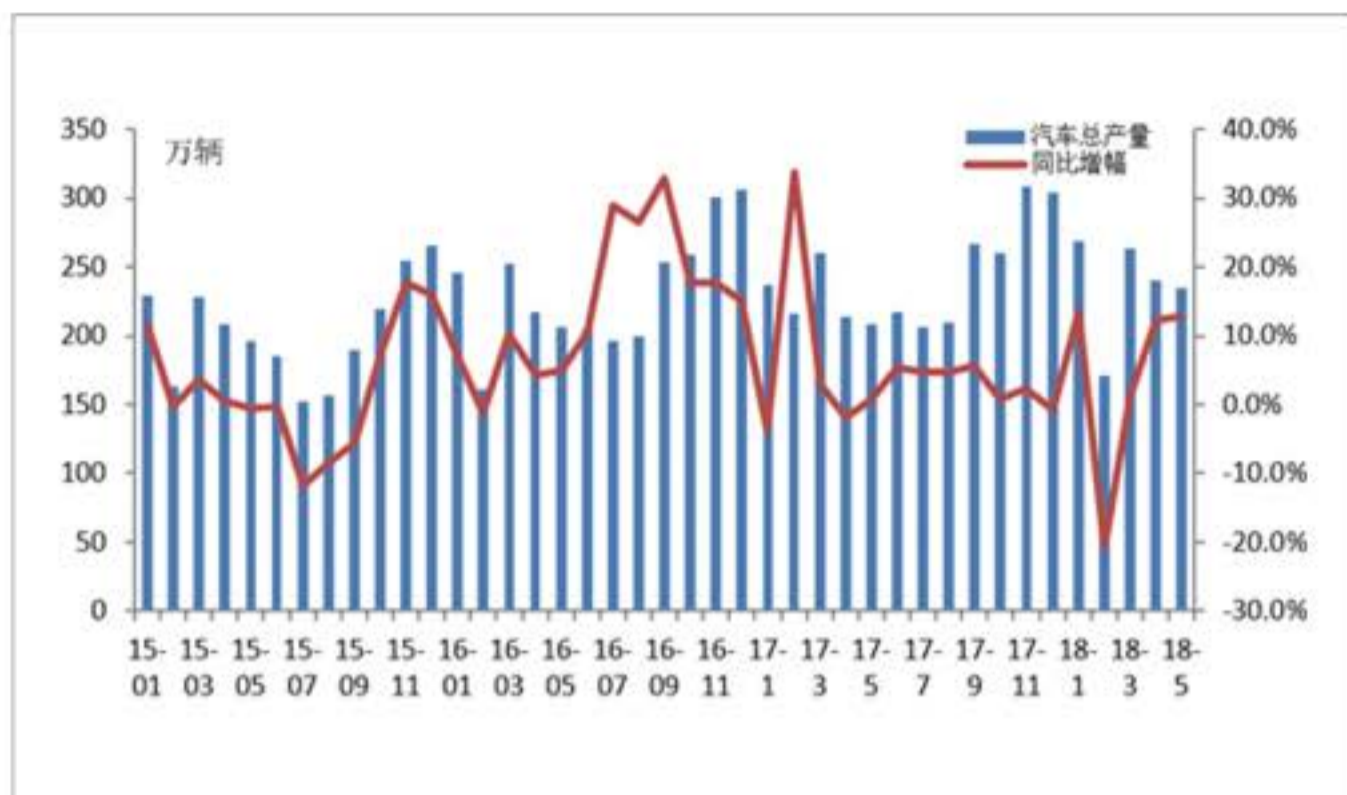
国家统计局公布，2018年5月份，社会消费品零售总额30359亿元，同比名义增长8.5%。

采购经理人指数



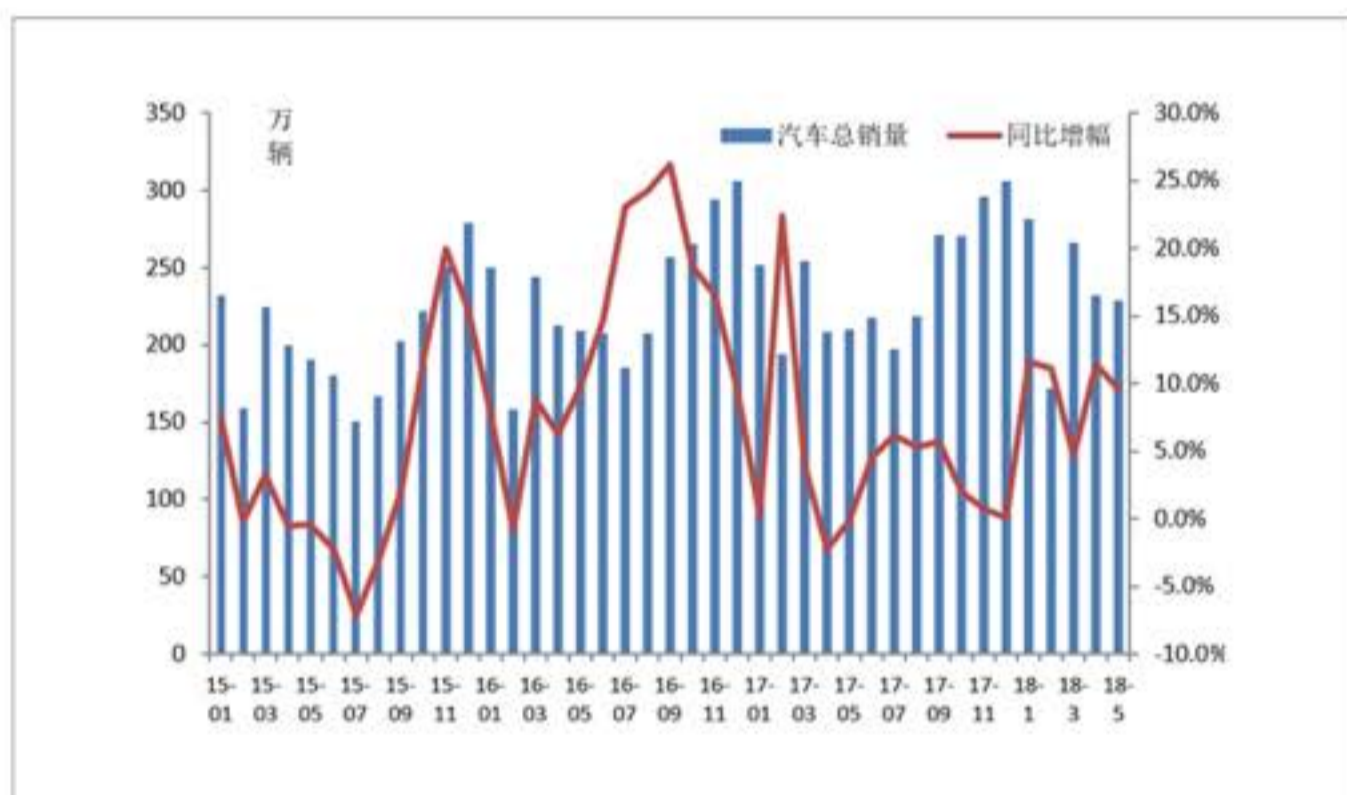
国家统计局公布，2018年6月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.5%，微低于上月0.4个百分点，制造业继续保持稳步增长的发展态势。

汽车行业统计数据



2015-2018年中国汽车产量

2018年5月，汽车生产234.44万辆，环比下降2.26%，同比增长12.84%。



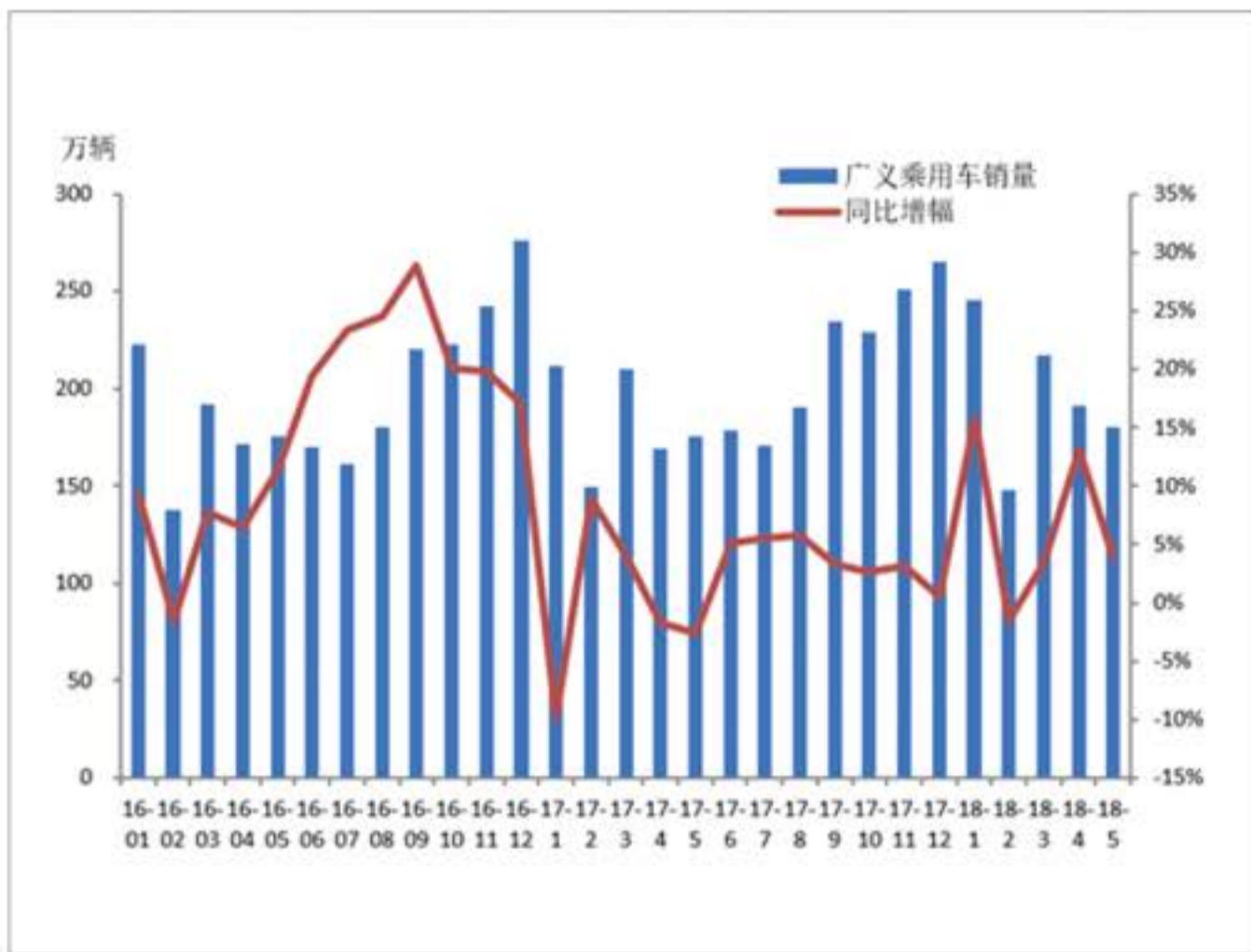
2015-2018年中国汽车销量

2018年5月，汽车销售228.77万辆，环比下降1.73%，同比增长9.61%。



2015-2018年汽车销量结构数据

5月，乘用车销售188.94万辆，环比下降1.30%，同比增长7.89%；商用车销售39.83万辆，环比下降1.66%，同比增长18.62%。



2016-2018年广义乘用车销量

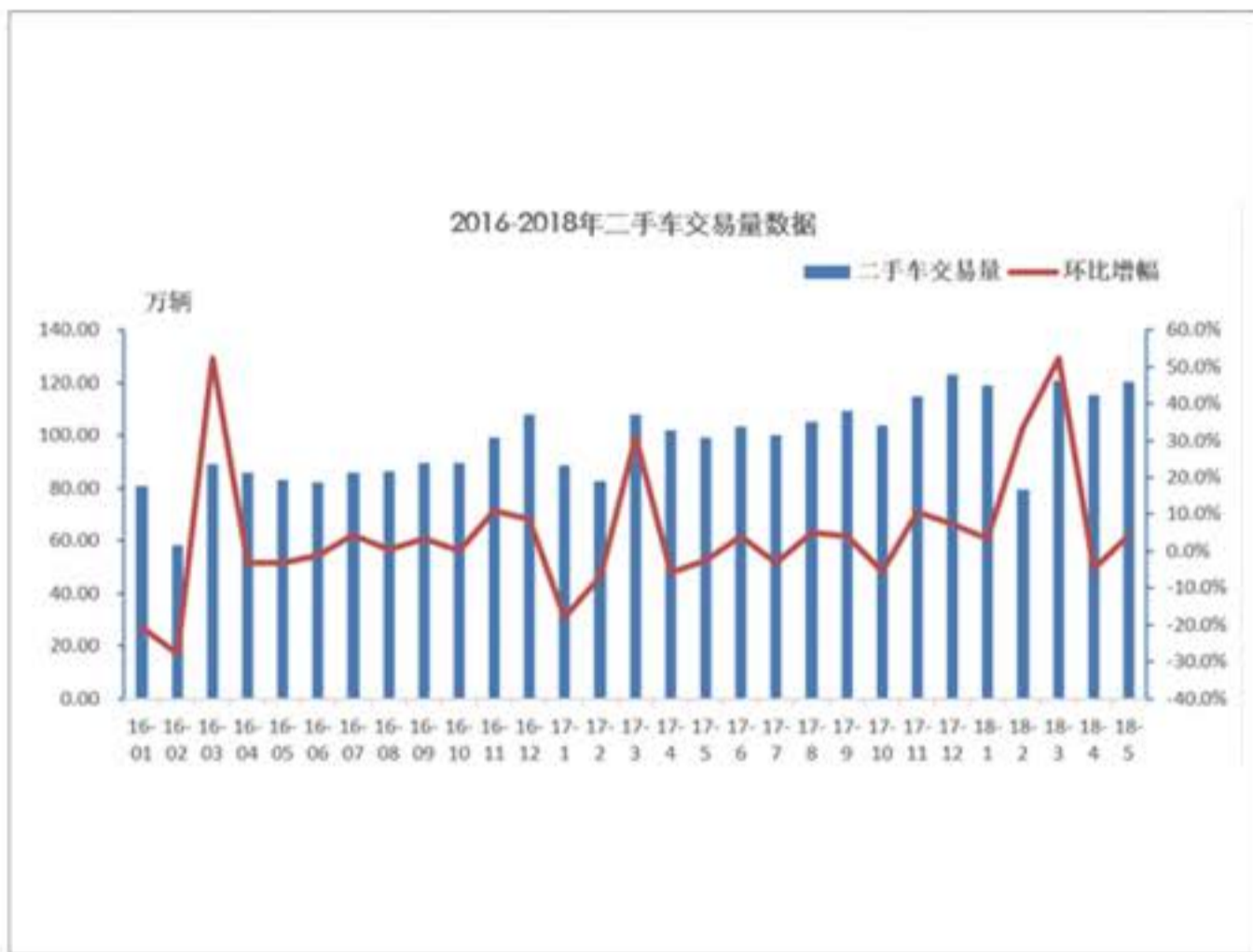
5月份，广义乘用车销售180.3万辆，环比下降0.3%，同比增长3.9%。



2015-2018年狭义乘用车销量

5月，狭义乘用车销量为188.94万辆。

2018年5月，基本型乘用车（轿车）销售94.01万辆，环比增长1.26%，同比增长12.09%；运动型多用途乘用车（SUV）销售76.13万辆，环比下降6%，同比增长6.51%；多功能乘用车（MPV）销售13.91万辆，环比增长1.4%，同比下降7.11%；交叉型乘用车销售4.90万辆，环比增长25.68%，同比增长1.68%。



2016-2018年二手车交易量数据

2018年5月全国31个省1068家二手车交易市场共交易二手车120.30万辆，环比增长4.5%，与去年同期相比增长21.02%，交易金额为764.40亿元。



2015-2018进口车销量数据

2018年5月，全国进口车销量为8.6万辆，环比上升8.56%，同比下降10.1%。

中国汽车流通协会分支机构一览

中国汽车流通协会商用车商会

贾向鹏

13261740818

NEV@cada.cn



中国汽车流通协会新能源汽车分会

邹银柏

13718915395

zouyinbai100@sina.com



中国汽车流通协会渠道发展分会

回玉梅

13520503187

canda@cada.cn



中国汽车流通协会有形市场商会

杨苗

13699191663

qctong@126.com



中国汽车流通协会售后服务分会

樊宇

13810043914

caasa@cada.cn



中国汽车流通协会售后零部件分会

李彤梅

18871871423

2250934821@qq.com



中国汽车流通协会汽车金融分会

王文娟

13693651009

jrfh@cada.cn



中国汽车流通协会电商车联网分会

陈曦

13596616910

chenxi@sinomach-info.com



中国汽车流通协会汽车俱乐部分会

韩芳芳

13911199050

qichejulebu@cada.cn



中国汽车流通协会房车分会

于淇

18810722440

yuqi@bre-expo.com



中国汽车流通协会汽车市场研究分会

杨华

13774232863

yanghua@sxtauto.com.cn

中国汽车流通协会人力资源分会

郝立娜

15510243177 / 13691414279

cadahr@163.com



ZHONG GUO QI CHE

LIU TONG

中國汽車流通