

# 汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第 679 期 | 2017 年 4 月 12 日 星期三 责任编辑: 张云 视觉设计: 窦云阳 编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

## 市场容量惊人 活跃程度日增 电商引发巨变 汽车后市场机遇与挑战并存

中国汽车售后服务大会日前在北京举行,来自企业、行业的专家通过分析汽车售后服务现状,认为当前汽车后市场正处于转型的特殊时期,机遇与挑战并存,就看如何把握。

### 面临诸多挑战

2017年,面对市场的兼容性和消费者的需求多样性,汽车后市场面临诸多考验。

一是客户对服务的需求变化带来的挑战。中国目前虽然没有完全进入汽车社会,但随着用户的增加,用户群体的转变,对汽车售后服务提出了更高的要求,需要更个性化的、线上线下相结合的、更加便利的服务。如果售后服务不能满足这些需求,势必会影响客户满意度以及忠诚度,给竞争带来更大压力。二是独立后市场给企业的崛起带来挑战。这两年来,独立后市场迅速崛起,这些企业的成长对整车企业售后服务在托保领域将会产生比较大的冲击。三是新技术、新产品的不断出现,也带来了挑战。在能源逐渐短缺,以及汽车保有量激增的大背景下,低碳化、信息化、智能化,将是汽

车行业发展的趋势,汽车售后服务必将面临着变革。四是政策法规带来的挑战。随着消费者法治意识的逐步增强和法律的完善,尤其是新的汽车维修管理条例的实施,新车在普通修理厂维修产生的三包纠纷日益增多,4S店面临更多消费者投诉和质量纠纷,如何评判并解决纠纷也是一道难题。

另外,社会维修企业与4S店争夺售后服务蛋糕,给售后服务企业技术、人员、装备、资金提出更高要求。此外,汽车技术的飞速发展,如增压发动机技术、油电混合动力技术、自动变速器等,需要汽车服务商提供更加规范、更加优质的服务,只有这样才能适应新的环境。

与此同时,汽车售后服务两极分化严重,既有在售后服务方面表现非常优秀,并顺应互联网+、工业4.0等时代的趋势,开拓创新,不断拓展、延伸售后服务的企业,但大部分企业仍在产品质量、服务态度、受理及回复等方面有所缺失,如何完善汽车市场的服务标准还需要不断探索。

### 孕育新的机遇

汽车后市场在面对以上挑战的

同时,也孕育着新的机遇。首先中国汽车产业仍处在发展的战略机遇期,虽然从增长率上看,处于平稳期,但汽车工业的日益成熟、研发能力的逐步提升、刚性需求的逐年释放以及庞大的产销基数,均为售后服务提供了量的支撑,也是后市场发展的动力所在。

其次,以整车企业为主导的连锁售后服务模式,进入了汽车后市场发展的赛道,凭借着客户、资本、渠道,以及零部件资源,越来越多的整车企业开始布局新的售后服务模式。再次,互联网快速发展也带来机遇,利用互联网信息采集优势,企业能够及时获取在汽车空间里的用户体验,推出符合消费者需求的新产品或者新功能,并能及时掌握新的趋势、新的变化,重新对后市场进行全新战略布局,把握市场良机。

目前汽车后市场的市场活跃程度和融资规模均超过了历史最高点。根据中汽协会统计,2016年全国汽车保有量已达到了1.94亿辆,必然拉动汽车后市场的高增长。预计未来中国汽车后市场的增速将超过30%,2018年之后,汽车

后市场有望突破万亿元,成为下一个增长亮点。与此同时,随着中国汽车保有量的增加,保险行业在汽车售后服务领域越来越受重视,带来新的发展机遇。另外,二手车交易是后市场的一部分,生命线较长,充满着巨大商机。

“汽车后市场的希望越来越大。”一位业内专家用数据分析表明,目前车主消费在后市场的占比越来越大,已达到消费者费用的70%。而且中国的汽车后市场潜力很大。与其他国家相比,中国非常适合投资。而且只要具有丰富的知识和吸引市场的产品,就可以在这个市场上取得成功。

### 亟须转型升级

当下的中国汽车后市场不仅拥有巨大的市场容量,其发展吸引力也是强大的。但务必清醒认识到,各种不确定因素正对这一巨大市场产生重大影响:汽车销售与后市场的关系正在发生深刻变化;互联网的快速发展,电子商务的兴起正在影响着汽车后市场的变革;全球行业巨头加速在中国的布局;国家行业相关政策法规正在引导及

助力市场的发展。无论是整车厂家还是经销商,都处于一个变革的时代。

全国工商联汽车经销商会秘书长朱孔源指出,中国的汽车市场前景比较乐观,市场的政策环境向着完善的程度发展,当前的汽车后市场有很多可挖掘的空间。作为汽车经销商在服务4.0时代大背景下,无论怎么变化,产品和服务永远是经销商与消费者进行接触的杀手锏。无论是传统意义上的经销商,还是融入互联网概念服务的经销商,如果能坚守住质量控制,并对客户提供良好的服务,就会坚实地生存。

庞大集团董事长庞庆华表示,经销商想立于不败之地,必须紧跟形势,不断创新。汽车售后服务市场应该体现一种大服务的概念,不仅包括汽车维修、保养、客户体验等基本要素,更要求企业以产品为纽带,围绕消费者体验建立多种类型、多种形式的衍生服务体系。从已公布的2016年汽车经销商上市公司业绩预告中可以发现,随着政策与市场环境的变化,汽车经销商的业务正向多元化发展。

汽车后市场经营者,要在这挑战与机遇并存的市场上,站稳脚跟,赢得属于自己的市场份额,亟须进行转型升级、不断提高管理水平,加强服务,才能登上更加规范、更加理性、更加贴近客户的新台阶。  
崔君

## 幸福无处不在在2017款福特福睿斯大屏上市

近日,作为长安福特旗下一款为中国家庭量身打造、拥有全球一流品质的“新典范家轿”——2017款福特福睿斯大屏上市。该车型延续了福特福睿斯时尚的外观、舒适的乘坐空间、一流的整车品质、出色的燃油经济性和可靠的安全性能的五项产品优势。其中2017款福特福睿斯幸福版首次搭载全新8英寸数字高清电容触控大屏,拥有定制3D导航、倒车影像系统及支持多种影音媒体播放格式等多项功能,满足现代消费者的移动出行需求,为消费者带来更便捷、更美好的家庭用车生活体验。

2017款福特福睿斯共4款车型,厂商建议零售价如下:

2017款福特福睿斯车型	厂商建议零售价 (人民币元)
1.5L自动时尚型(幸福版)	122,300
1.5L手动时尚型(幸福版)	110,300
1.5L自动舒适型	107,800
1.5L手动舒适型	96,800

此次,在承袭福特福睿斯优异品质的同时,为满足消费者日益增加的车载娱乐导航等多样化的需求,2017款福特福睿斯进一步升级其产品配置,为消费者带来丰富的移动出行体验,让更多的人可以享受到高品质的生活。



### 升级产品配置 体验移动出行乐趣

2017款福特福睿斯幸福版首次搭载全新8英寸数字高清电容触控大屏,增配多媒体娱乐导航系统使消费者尽享移动出行乐趣。该系统配备8英寸电容触控大屏,拥有1024\*600高清分辨率,操作更灵敏、更流畅、更迅速,真彩图形化操作界面,直观便捷,防眩光设计,通过福特工程团队验证,达到前装产品标准,带来优质视觉体验。

同时,该系统集成了全新定制3D导航地图,覆盖全国各大主要城市,一键式设计,让您全程安心无忧,行进城间尽享前途不惑之悦,同时提供福特车主定制地图,汇集全国长安福特4S店,轻松一键导航至最近长安福特经销商;内置FM/AM收音系统,支持自动搜台和存台,以及断电储存;高清DVD影音,支持多种影音媒体播放格式,丰富视听内容带来随心之悦;全数字影像显示,支持AVI/MPEG/RM-

VB/MP4格式U盘视频播放,高清晰画质带来精彩完美呈现;蓝牙电话,可实现免提接打电话及手机音乐播放,带来安全又舒适的车旅生活;倒车影像系统,具备倒车后视镜安全标尺功能,为安全倒车再添保障;特别设计包含古典、流行及自定义的音效模式,提供4.0声道及5.1声道选择,感受完美视听效果,且行车过程中时速大于8KM自动关闭视频画面,保障家人行车安全,助力幸福家庭生活。

### 传承产品实力树立“家轿新典范”

2017款福特福睿斯继续搭载先进的1.5升双独立式凸轮轴可变正时发动机及6速手自一体变速器的高效动力组合,令其百公里综合工况油耗仅为6.5升(数据来源于中国汽车燃料消耗量网站)。而83千瓦的最大功率及142牛·米的峰值扭矩,轻松满足日常出行和长途旅行的动力需求。此外,福特福睿斯还配备了电池管理系统和智能再生充电系统等节能技术,有效进一



步降低油耗。同时,福特福睿斯轴距达到2687毫米,车身宽度达到1825毫米;内凹式前座椅和可放倒的后排座椅设计不仅有效的提升了后排乘坐和储物空间,也让消费者可更灵活根据用车需求安排空间。

此外,福特福睿斯贴心又靠谱的主被动安全性能更是国人愿意选择它的关键。福特福睿斯车身大面积采用硼钢,打造出一身钢筋铁骨给予家人全方位的安全保护,还搭载了电子稳定系统、坡道起步辅助系统等主动安全配置,并获得了C-NCAP五星安全评级(参与碰撞测试车型为福特福睿斯1.5L自动时尚型),保障全家乘车出行安心无虑。

自2014年底上市以来,福特福睿斯凭借自身综合优势产品力以及强大品牌号召力获得众多消费者的认可与支持,在中高级车市场上持续绽放光彩,2016年全年销量更是累计近30万台,较2015年同比增长53%,充分印证了长安福特对消费者声音聆听的高效反馈及对用户深层次需求的准确洞察。2017款福特福睿斯应需而来,不断增强产品实力,持续夯实其市场竞争力,进一步巩固其在中级车市场的领先地位,全面满足中国家庭购车需求,获得更多消费者的支持认可。即日起,消费者可亲临长安福特授权经销商,驭鉴2017款福特福睿斯。