



厂商、经销商集团纷纷有意快修店

渠道下沉同时求简

中国汽车流通协会发布的 6 月中国汽车经销商库存预警指数为 64.6%，比上月上升了 7.3 个百分点，这已经是库存预警指数连续 9 个月超预警线。而今年 5 月，我国汽车产销量均回落到 200 万辆以下，产销同比均下降。

一方面是车市遇冷，一方面是持续性的高库存，这给整个汽车流通行业带来了巨大危机，倒逼经销商自身和厂家的渠道布局思路都要进行转变。

快修店或成新热点

近日，一条大众（中国）有意在国内建设 1200 家快修店的消息再一次引爆了汽车后市场的话题。消息还称，这批快修店将主要承担日常保养与一些小维修业务，并且未来的快修店将涵盖进口大众、上海大众、一汽大众等大众品牌，保修范围还有可能涉及奥迪、斯柯达等其他大众集团品牌。

新的《汽车销售管理办法》虽然迟迟未能出台，但随着新政策的落地，原有的零配件销售体系会被打破，《汽车维修技术信息公开实施管理办法》也同样会在一定程度上打破厂家的垄断局面。厂家用开快修店的做法切入汽车后市场似乎是先行一步。事实上，宝马在两年前就提出了城市快修店的概念，目前其网点数量正在稳步增加。

快修店利用更加密集的网点分布提升了消费者到店的便利性，可以有效防止客源流失。有分析指出，快修店一旦成规模地建立起来，可以促成主机厂从生产型企业向服务型转变。当然，这其中亟须解决的问题是快修店与 4S 店的平衡问题，二者需要形成差异化，否则会变成体系内的恶性竞争。

性竞争。

此外，对连锁快修店这块市场虎视眈眈的还有汽车经销商集团，比如广东省中山市刚成立的中山创世纪快车道快修连锁店就属于中山创世纪集团，这是中山本土最大的汽贸集团。



渠道下沉同时求简

目前，众厂家的 4S 店基本覆盖了各大中型城市，甚至在一二线城市的汽车市场已趋于饱和状态。因此，厂家的经销商布

局还呈现出明显的渠道下沉趋势。

以长安福特为例，到目前为止，长安福特的经销商网点超过 800 家，大概 75% 的网点布局在三四线城市。而据长安福特汽车有限公司执行副总裁何朝兵介绍，未来会考虑在五六线城市进行网点布局。据记者观察，去年 6 月集中开业的 88 家长安福特经销商店大多数渗透到了四至六线城市以及县市级市场。

无独有偶，沃尔沃汽车今年年初在全国启动了新一轮经销商拓展计划。这份计划书针对的招募地区大都为三四线城市，还规定最低投入仅需 200~300 万元，最高也不到 2000 万元，设施面积可压缩至 500 平方米左右，展位和工位也可精简至 1~2 个。

有分析指出，建立更加灵活的 3S 店和简单的维修保养中心，不仅降低了经销商网络建设的成本，也有利于经销商集中精力拓展合适的经营范围，同时又能满足特定区域消费者的基本购车、用车需求。

从目前经销商的盈利组成来看，二手车+汽车保险+车贷的利润占比比较往年已经有了大幅提升 [注 1]，传统经销商正在逐步由销售产品转向销售服务，这其中涵盖了保险、贷款、精品附件、延长保修、汽车装饰、二手车等业务，也就是说汽车经销商正在向“综合服务提供商”进一步转变。

[注 1]

J.D.Power 亚太公司最新发布的 2015 年度中国汽车销售满意度研究 (SSI) 报告显示，近两成新车车主在购车时选择了金融贷款的支付方式，而这些贷款购车者的满意度高于非贷款购车者。

(据《新京报》)