

行业新政背景下十堰汽车服务业转型 升级发展研究

徐海涛¹

【摘要】 十堰市因车而建,因车而兴,汽车产业在工业经济中长期居于主导地位,但十堰汽车服务业发展相对滞后,存在散而弱,汽车服务从业人员综合素质不高,汽车服务质量和水平有待提升,政府规划引导不足,行业监管缺位等突出问题。2014 年以来国家出台了一系列有关汽车维修、汽车销售、二手车领域的行业新政,为十堰汽车服务业的转型升级发展指明了方向,也为十堰汽车服务业带来了机遇和挑战。报告从政府规划指引,行业自律监管,人才培养培训,转变经营模式,规范服务流程,开发服务产品,丰富用户体验等方面提出了十堰汽车服务业转型升级发展的路径。

【关键词】 :汽车服务业 行业新政 转型升级

【中图分类号】 :F2 **【文献标识码】** :A

汽车服务业是在汽车产业价值链中连接生产和消费的支持性的、基础性的业务及这些业务的延伸业务。与汽车制造这个前端行业相对应,围绕汽车服务业形成的市场即为汽车后市场,即整车落地销售后到报废的过程中,提供车主所需的一切服务的市场,是汽车产业链的有机组成部分,包括汽车销售领域的汽车金融、汽车租赁、汽车保险、汽车维修与保养、二手车、汽车报废与回收、汽车文化及汽车运动等。在一个成熟的汽车市场中,除掉汽车整车利润后,汽车的销售利润占整个汽车业利润的 20%左右,零部件供应利润占 20%左右,而 50%~60%的利润是从服务中产生的。汽车服务业已成为国外汽车制造商的主要利润来源,也构成了汽车产业可持续发展的重要支柱。汽车后市场在欧美发达国家已经形成了成熟广阔的市场,汽车售后服务利润大于整车销售服务利润,汽车后市场利润可占据整个汽车产业链总利润的 60%-70%。我国汽车产销量连续 10 年蝉联全球第一,2018 年我国机动车保有量达 3.27 亿辆,其中汽车 2.4 亿辆。2017 年中国汽车后市场规模达 10700 亿元,未来几年国内汽车后市场需求巨大,2019 年规模将突破 1.2 万亿,2022 年达到 25,730 亿元,未来五年(2018-2022 年)年均复合增长率约为 18.49%。

1 十堰汽车服务业的现状

十堰因车而建,因车而兴,素有“东方底特律”的美誉,是世界级汽车产业基地和“中国第一,世界前三”的“商用车之都”,汽车产业在工业经济中的比重达到 60%以上,长期处于主导地位。2016 年 12 月召开的十堰市第五次党代会提出建设现代汽车城;2018 年湖北省政府工作报告提出,支持十堰建设现代汽车城。随着十堰经济不断发展,人们生活水平逐步提高,汽车消费成为消费品市场的一大亮点,也是拉动十堰消费市场的重要力量。但长期以来,十堰比较注重汽车的生产和销售,而忽略了对汽车服务业的培育和引导,汽车服务业还处于初级阶段。

1.1 汽车服务业发展滞后,总体呈现于散而弱的局面

目前,十堰的汽车服务业主要集中在汽车维修、美容、养护和汽车用品领域,汽车金融和保险主要集中在传统的财务公司和

¹基金项目:十堰市 2018 年软科学项目“行业新政背景下十堰汽车服务业转型升级发展研究”(201807)。

作者简介:徐海涛(1982-),男,汉族,硕士,湖北汽车工业学院创新创业教育学院讲师,研究方向:创新创业教育、创业法律。

保险公司,专业性的汽车金融和保险公司较少,而汽车改装、汽车租赁、汽车回收和利用、汽车文化和汽车运动领域等占比较小,二手车市场还远不成熟。十堰现有 100 多家汽车 4S 店,700 多家汽车维修店,各类二手车公司 80 多家,汽车美容、养护及用品店 400 多家。十堰有“全国最大、亚洲第一、世界知名”的中国(十堰)汽配城,入驻经营户 3000 多家,经营品种达 3 万余种,年销售额突破 100 亿元,是国内最大的汽车零部件集散地和大型汽车零部件交易市场。但汽配城大而乱,二手车行业小而弱。目前十堰市汽车维修市场,以 4S 店为主导,少数汽车专项服务店和品牌快修美容装饰连锁店,以及大量的路边快修店构成。4S 店主要分布在浙江路万通工业园、东风大道车管所附近、十堰北国际汽车贸易城和红卫工业新区龙信汽车城,其特点是投资规模大,服务专业完善,但覆盖率有限,成本过高。大量的路边快修店和美容养护主要以个体小店经营为主,维修连锁程度不高,管理能力偏低、管理水平粗放、经营项目单一,整体不规范,同质化无序竞争。

1.2 汽车服务业从业人员综合素质不高

目前大部分全国连锁性企业都只注重网络的开发,而不注重自身及网络单元用户中相关技术人员的培训。目前十堰的汽车服务从业人员素质低、专业技术人才缺乏。从业人员学历普遍偏低,以初中或中专毕业居多,专业的本科甚至是专科都较少,大多数没有接受专业系统的学习和培训,不管是在基本的商务礼仪、客户服务能力方面,还是在专业技术能力方面,都比较欠缺。而汽车服务业的经营者大多以小业主居多,很少舍得投入重金招聘和培养高级专业技术人才。

1.3 汽车服务质量和水平有待提升

4S 店能够得到厂家的技术支持,其维修技工人员,均有机会前往厂家进行学习培训,故其经营的业务比大部分汽车维修企业全面,包括汽车美容、钣金喷漆、汽车保养、汽车常见故障维修、加装导航音响等等设备,所使用的是整车厂提供的原装配件,而其他汽车维修企业则很难获得原装零配件,故其服务质量和水平相对高于路边店。但调研中发现,部分 4S 店对售后服务环节重视程度不够,在服务水平、服务意识和服务理念上,仍存在很大差距,服务标准流于形式,价格不透明,甚至存在欺诈消费者的情况。而大量的路边店一方面硬件设备投入不够,汽车精品、用品及养护品的产品质量参差不齐,优质产品少之又少,假冒伪劣产品混杂,收费标准混乱,且无服务标准,商家的经营水平低下,市场开发不到位,客户服务体验差,普遍存在等待时间长、价格和过程不透明、服务环境欠佳等情况。

1.4 政府规划引导不足,行业监管缺位

地方政府出于追求 GDP 的考量,在汽车生产和销售、产能提升、物流运输、招商引资等方面投入较多精力,而对与汽车消费密切相关的汽车服务行业规划和引导不足,至今只有十堰汽车经销商协会,而没有维修行业协会、二手车行业协会等行业组织,行业标准和自治规范缺失。而政府对汽车服务业一直存在着条块分割,多头管理的状况,如汽车维修经营审批归交通局下属的运管处,二手车经营归商务局管理。由于这些管理工作存在很强的专业性,政府部门工作人员业务能力和水平尚不能满足行业管理的要求。

2 行业新政下十堰汽车服务业的机遇和挑战

2.1 汽车服务行业新政简介

我国汽车行业受计划经济体制影响深远,行政色彩浓厚,汽车生产厂家和经销商关系失衡,汽车经销商 4S 店长期凭借厂家授权而独占汽车维修市场。为满足汽车服务行业转型升级,革除汽车维修行业长期存在的弊病,2014 年 9 月,国家发改委、交通运输部等十部委联合发布《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》,规定:建立实施汽车维修技术信息公开制度,自 2015 年 1 月 1 日起,汽车生产企业要在新车上市时,向授权维修企业和独立经营者公开汽车维修技术资料;同时,鼓励原厂配件生产企业向汽车售后市场提供原厂配件和具有自有品牌、商标或标识的独立售后配件,鼓励授权维修企业向非授权维修企业转售、

提供原厂配件;不得限制、干预消费者自主选择维修企业和维修服务,不得以汽车在“三包”期限内选择非授权维修服务为理由拒绝提供维修服务。2016年3月14日,国务院办公厅颁发了《关于促进二手车便利交易的若干意见》(国办发[2016]13号),要求不得制定实施限制二手车迁入政策。2017年4月14日,国家商务部发布了《汽车销售管理办法》,取代了2005年出台并实施的《汽车品牌销售管理实施办法》,取消汽车销售单一的授权模式,允许汽车总经销商和品牌经销商的授权和非授权模式同时存在,取消备案制,积极发展电商、超市等销售新模式,厂商不得干涉经销商自主经营。

2.2 十堰汽车服务业面临的机遇

一是十堰汽车消费市场仍具较大的发展潜力。首先,十堰的居民生活消费水平在持续提高,汽车保有量持续增加,汽车消费依然处于快速进入百姓家庭阶段,后期消费空间和潜力仍然很大,汽车服务需求持续增长。十堰市区常住人口已达100万人,截至2019年元月1日,全市驾驶员人数近93万,机动车保有量达61万余辆。驾驶员人数远远超过汽车保有量数,一旦购车条件成熟,“本本族”就将迅速转化为“有车族”。其次,早期的购车者已进入更新换代的时期,换车欲望比较强烈。再次,农村市场,增长潜力巨大。近几年,全市实现了村村通公路,为汽车进入农户家庭奠定了基础。随着农民收入增加,农村对微型车、经济型轿车和农用车的需求进一步加大。此外,2015年年底,随着全市公车改革的基本完成,公务交通补贴的实施到位,将掀起公务员的购车热潮;其购车产生的“带动消费”作用,在已有汽车和准备购车的公务人员带动影响下,将会有更多的一般公务人员加入购车行列。公车改革将对进一步刺激汽车消费市场。二是在行业新政下,汽车服务企业自主性增强。品牌授权被取消,配件渠道社会化,维修信息公开化,汽车4S店经营自主权扩大,社会独立维修厂、维修店也可以获得原厂配件,为提高服务质量打下了基础。同时,二手车限迁政策的废除,将为繁荣二手车市场和汽车养护、汽车报废和回收等细分行业带来重大利好。

2.3 行业新政下十堰汽车服务业面临的挑战

一是行业行政使汽车服务业尤其是汽车售后维修市场竞争加剧。产业转型升级引发行业洗牌,4S店维修的“统治”时代或将结束,保险公司、零部件厂家、互联网公司进入汽车后市场。普通汽修店今后像4S店一样,也能购买到品牌汽车原装配件,并享受厂商制定的维修技术;而消费者可以自由选择是在普通汽修店还是4S店进行汽车保养、维修。外资车企原厂零部件价格下降,独立售后的维修企业将可以采购到原厂配件、获得维修检测设备、工具和维修技术信息,汽车生产厂家、零部件制造企业、大的经销商集团、保险公司都可能抢占汽车维修市场。二是年轻汽车消费群体的新兴消费需求兴起。目前,80后、90后已经成为汽车消费的主力军,他们对汽车服务品质要求提高,渴望流程化、标准化、快捷、透明、高效的服务,注重服务体验和服务的多样化、个性化,喜欢新兴的消费模式和服务模式。三是汽车后市场服务模式呈现多样化。汽车技术含量不断提高,维修作业方式发生根本变化,汽车维修由机械修理为主稍带一些简单电路检修的传统方式,逐步转向依靠电子设备和信息数据进行诊断与维修。

3 十堰汽车服务业转型升级发展的对策

3.1 政府加强规划指引,建立行业自律机制

政府职能部门应加强调研,广泛征求各方意见,尽快出台《十堰汽车服务业中长期发展规划》,明确建设现代化的汽车服务之城的目标,对现有的汽车服务业经营者进行整顿,切实扭转我市汽车服务业散而弱的局面,优先做大做强汽车维修、汽车养护业,繁荣二手车服务业,引导十堰汽车服务业向规模化、专业化、品牌化、连锁化、网络化、规范化发展。引导汽车服务企业明确市场定位,培育打造一批汽车服务业龙头企业,引导汽车服务企业专业化、连锁化、集群集约化,提高汽车服务业的信息化水平,引导本土汽车服务企业走品牌化发展道路,与互联网产业相结合。成立十堰汽车服务业协会,制定汽车服务标准,加强汽车服务行业监管和行业自律,建立完善的投诉处理与维权机制。

3.2 加大人才培养培训力度,提高汽车服务从业人员素质

现代化的汽车服务业需要强大的专业技术人力资源支撑,一方面政府要高度重视汽车服务业专业技能人才的培养,重点支持一批汽车技工学校,培养汽车服务业高级蓝领。另一方面,汽车服务经营者要树立人才意识,明白拥有高级汽车服务人才是自身的核心竞争力。注重引进高级技能人才,加强对在职员工的培训,建立完备的培训和考核激励体系。招聘具备各种级别的汽车服务资格证书的维修人员,提供包括事故车维修、保险理赔及处理车辆突发紧急事故等标准化的专业服务。

3.3 积极开发汽车消费市场,提升汽车服务质量和水平

一是优化汽车服务经营者区位布局,打造社区服务店,方便消费者随时出现的汽车服务消费需求。尤其是社会独立维修店要抓住汽车行业新政的利好政策,通过品牌连锁经营,与汽车 4S 店差异性竞争。二是引导汽车服务经营者学会品牌化经营,传统汽车 4S 店和维修店都要加强服务质量意识,规范服务流程和标准,完善质量管理,建立完善的内部管理制度及各项工作的工作流程。三是建立完善的信息管理系统,包括新产品信息、技术信息、竞争对手信息、顾客信息、市场信息等。并对所收集到的信息进行及时的分析、处理与沟通。

3.4 引导汽车服务经营者挖掘并满足客户多元化需求,走品牌化之路

一是挖掘客户多元化需求。切实做到从“卖产品”向卖“服务”转型。尝试与主机厂、信息、通信、电子和互联网行业企业建立战略合作关系,充分利用云计算、大数据等先进技术,挖掘用户工作、生活和娱乐等多元化的需求,为用户提供购车、汽车金融、汽车保险、汽车租赁、汽车托管、洗车、汽车养护、停车位推送、免费检测、上门维修、道路救援、维修车辆代取、代送、车辆维修期间代步车、汽车延保、汽车竞技、汽车改装、汽车置换、年检和违章处理、代订酒店和票务、商务接驾等全方位服务,实现从以产品为中心到以客户为中心发展,由提供产品向提供整体解决方案转变。二是满足并丰富用户体验。创新服务模式,打造“线上汽车服务店”,提供生动细致的场景化服务,拓展包含交通物流、共享出行、用户交互、信息利用等要素的网状生态圈,组建车友会、车友俱乐部、车友 QQ 群、微信群,定期开展车友自驾游、车友论坛、车友鉴车、车技秀、车友技师面对面、车友生活等活动,注重车友与汽车 4S 店和维修店之间的信息互动和交流,并使之常态化,增加客户粘性,满足并丰富用户体验,打造汽车服务品牌。同时,应改变销售策略,拓宽销售市场,努力抓住“城镇化”机遇向三四线城市以及城乡地区“深耕”,进而扩大消费需求。顺应改革大势,转变观念,树立创新、进取、服务至上的经营理念,妥善处理各方关系,在市场研判中找准自己的定位。

参考文献:

[1]吴晓琴.公安部:2018 年全国小汽车保有量首次突破 2 亿辆[EB/OL]. [2019-01-18]. <http://auto.people.com.cn/n1/2019/0118/c1005-30575374.html>.

[2]2018-2022 年中国汽车后市场规模预测[EB/OL]. [2018-10-17]. https://www.sohu.com/a/259957603_130320.

[3]十堰一年新增机动车 6.7 万辆新增驾驶员近 12 万人[EB/OL]. [2019-01-19]. https://www.sohu.com/a/290053978_100163025.

[4]田茂七.汽车售后服务 O2O 商业模式研究[D].成都:电子科技大学,2018.

[5]杨培一,陈双红,郭淑清.“互联网+”汽车服务企业创新模式研究[J].内燃机与配件,2017, (23):106-107.

[6]魏云暖.大型汽车服务企业存在的问题探讨[J].企业导报,2015, (21):39+43.

[7]韩风. 汽车服务的价值增值链模式分析[J]. 中国商贸, 2013, (25):173-174.

[8]刘东升. 基于客户需求的汽车维修业连锁经营模式研究[D]. 武汉:武汉理工大学, 2011.

[9]金霖. 汽车服务业服务质量对顾客价值的影响研究[D]. 长春:东北师范大学, 2011.