

售后市场

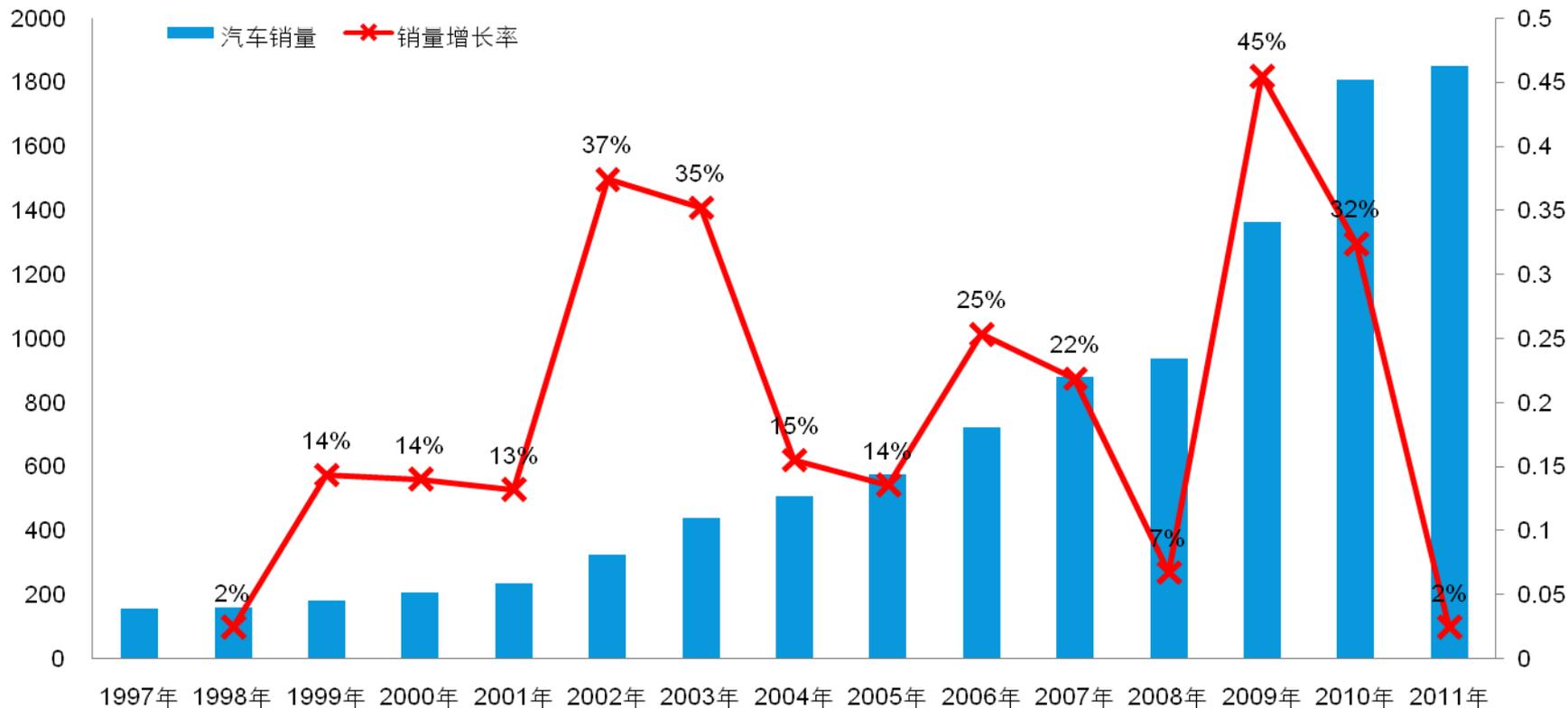
——汽车企业的下一个焦点

中国汽车市场增速放缓，汽车消费日趋成熟

■ 近十多年来，中国的汽车市场保持了高速增长态势，销量持续增加，2011年达到1850万辆。但经历2003、2006、2009年三次井喷式增长，汽车销售市场日趋平稳

中国汽车市场销量及增速

单位：万辆



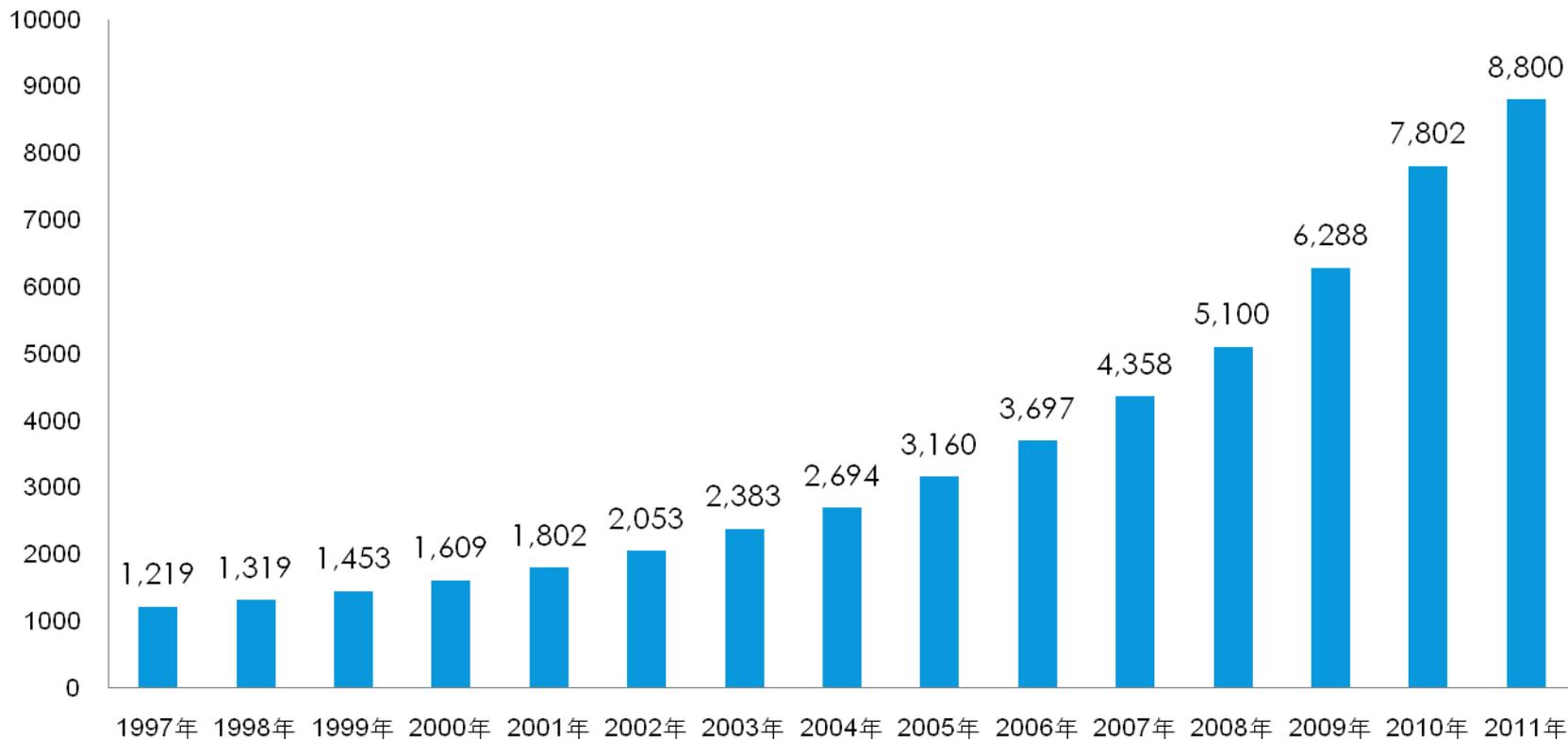
数据来源：中国汽车工业协会

保有量规模庞大，售后市场值得关注

- 在新车消费快速增长的带动下，我国汽车保有量持续增长，2011年底汽车保有量仅次于美国的2.85亿辆，位居世界第二

中国汽车保有量

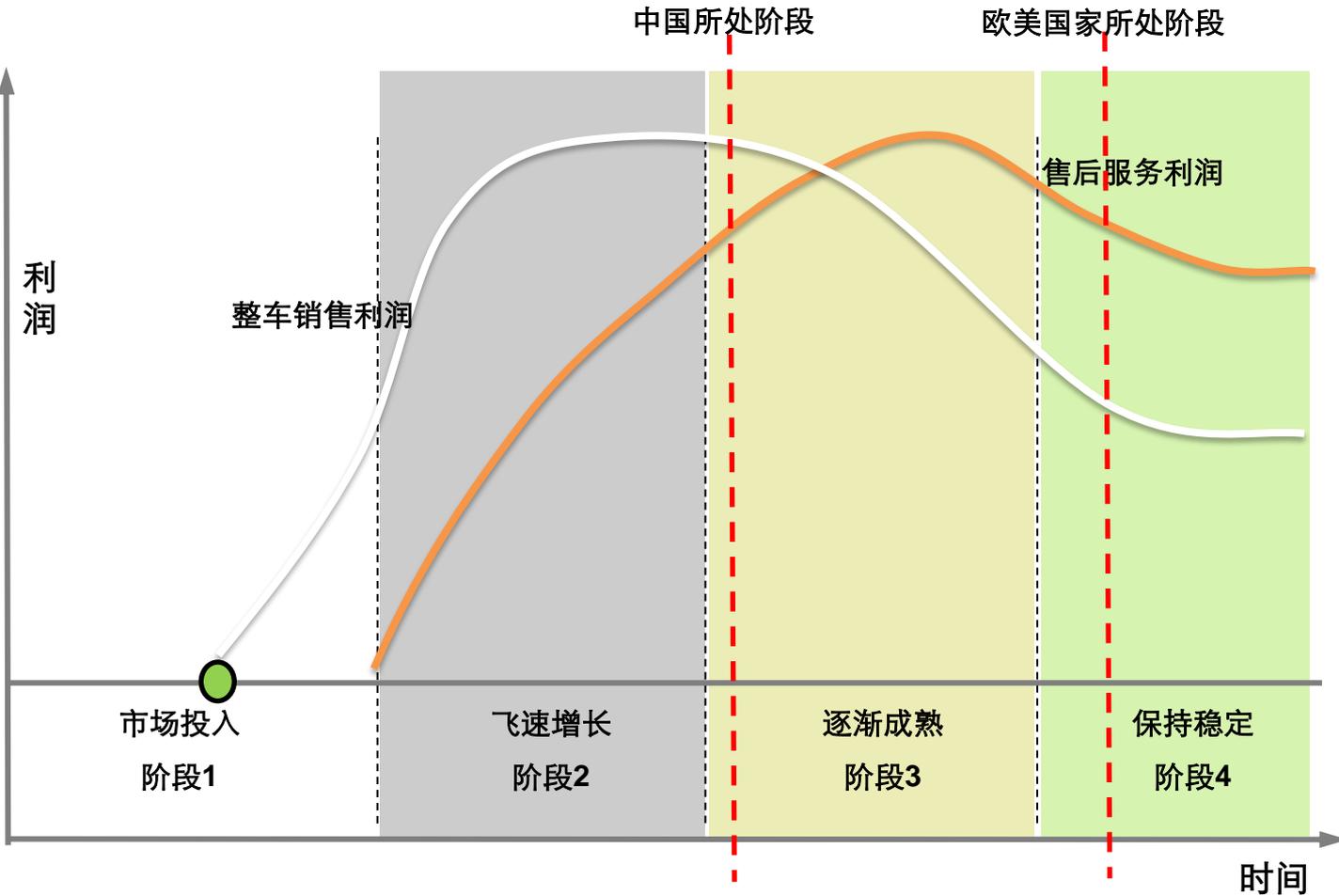
单位：万辆



数据来源：中国国家统计局
注：不含农用车，2011年数据为估算

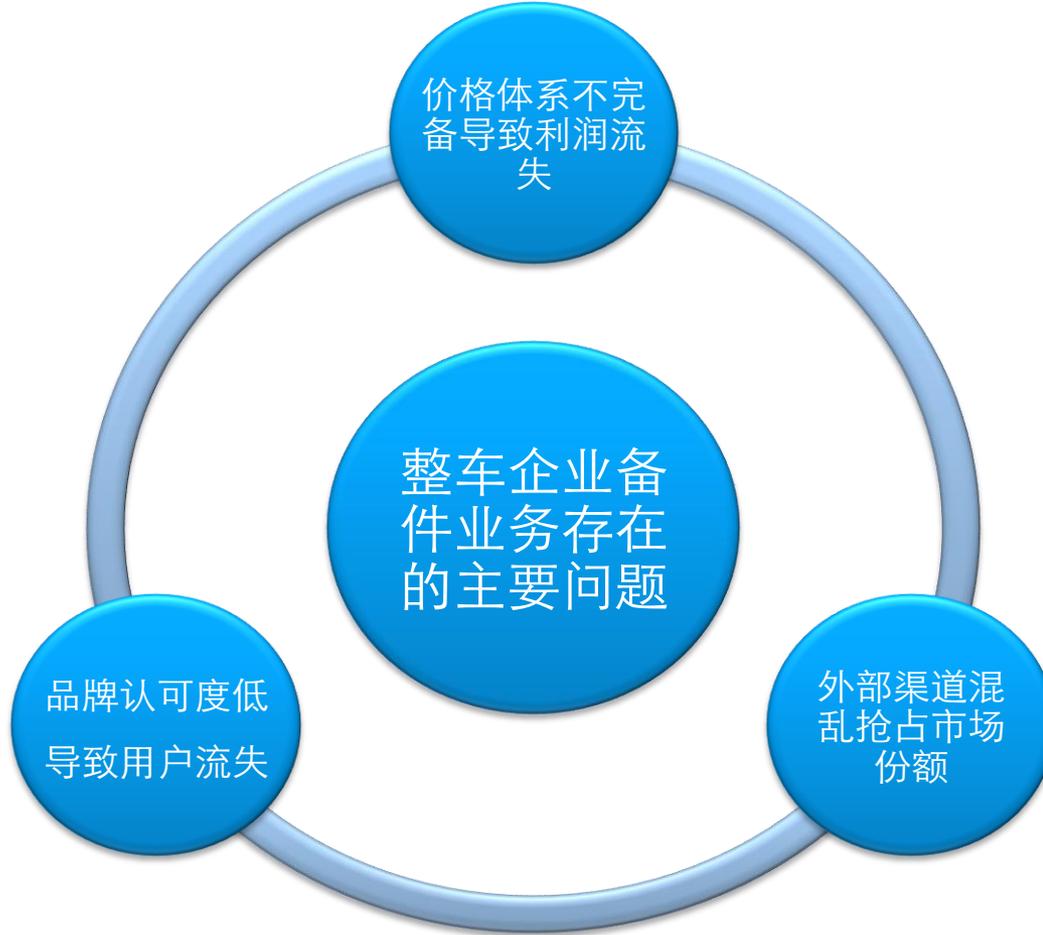
汽车市场关注焦点从销售向售后转移

- 欧美国家整车厂企业处于稳定阶段，售后服务利润大于整车销售利润；而在中国整车厂正逐步走向成熟，售后服务利润还比较低，有很大发展空间



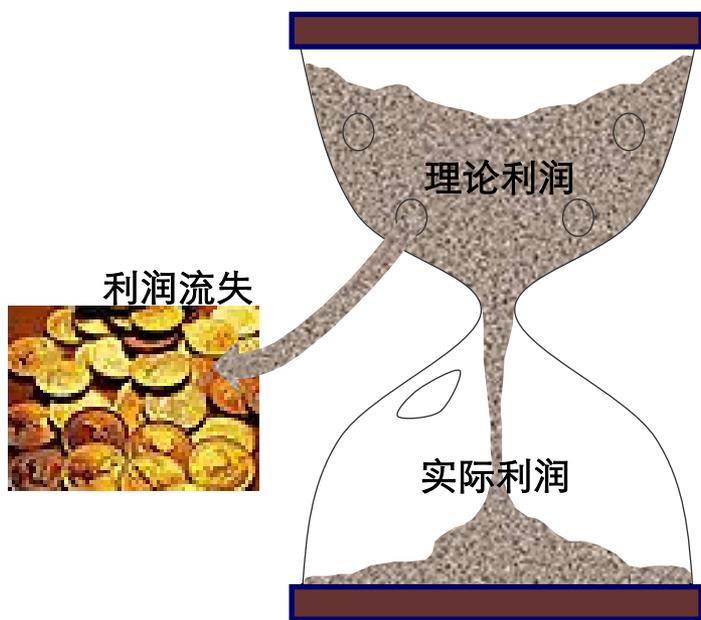
备件是整车销售业务的延续，但目前存在较多问题

- 现阶段整车厂备件业务面临许多问题，价格体系不完善、售后渠道混乱、品牌认可度低等问题是现阶段的主要问题



备件价格设定不合理，导致利润流失

- 备件价格设定过高、备件价格设定过低、备件价格设定不合理，导致实际利润小于理论利润，大量利润流失



- 1 备件价格过低，导致实际利润低于理论利润，利润流失
- 2 备件价格过高，导致实际销量低于理论销量，利润流失
- 3 备件价格混乱，相同产品价格不同，导致管理成本增大，利润流失

备件价格方面的解决办法：转变定价策略，提升企业利润

■ 传统的成本定价法虽然操作简单、易于管理，但脱离市场导致利润流失。综合定价法能够紧密结合市场，保证利润最大化及用户满意率最大化

成本定价法

- 确定备件成本及运营成本
- 设定利润目标
- 设定统一加价率，完成价格体系

- 优点：操作简单，易于管理
- 缺点：脱离市场、利润流失

综合定价法

- 通过竞争对手、外部渠道、用户心理分析多角度分析价格现况
- 搭建价格体系，完善备件价格

- 优点：结合视察、利润最大化、用户满意
- 缺点：初期投入大、需专业人员管理

企业价格调整成功案例

• 某合资企业完成备件价格调整项目后，备件销售额提高4%，提高1.74亿元

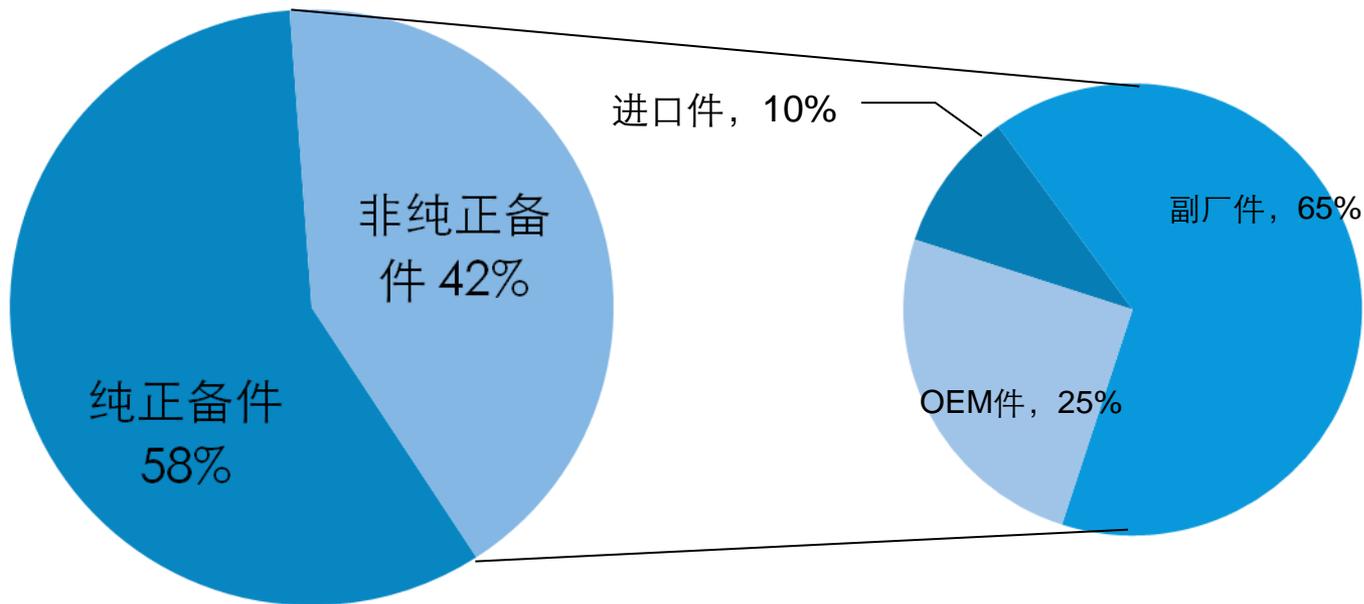
• 某合资企业进行备件价格体系完善项目后，备件销售量提高7%，销售额提高5%，提高3000万元

• 某国产企业进行备件价格调整项目后，备件销售额提高13%，提高4700万元

外部渠道对备件市场冲击严重

- 纯正备件只整车厂家授权维修点使用的配件，其余渠道备件均为非纯正配件。
- 外部渠道对备件市场冲击严重，大量市场份额被非纯正备件抢占。其中副厂件、OEM件对市场冲击较大。

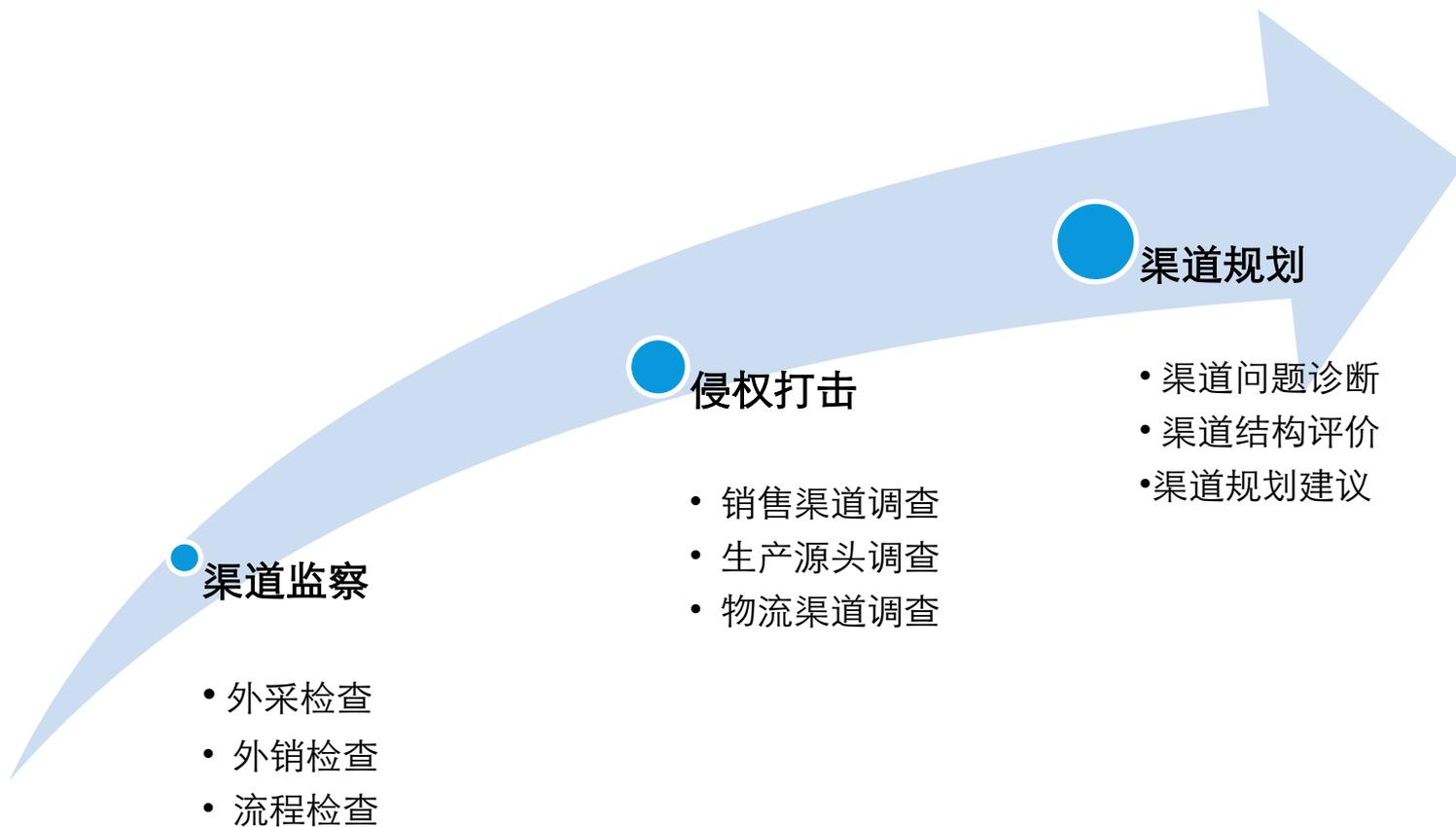
备件市场结构



数据来源：新华信研究
注：部分企业备件市场情况汇总

备件市场渠道方面的解决办法：加强渠道管控

■ 通过对现有自身渠道的监察，对外部渠道侵权问题进行调查与打击，对渠道进行全新规划，完善备件市场渠道



备件消费者品牌认可度低，对于价格更为敏感

- 消费者购车时候，对车辆养护成本的关注度不断提高，在售后备件方面，消费者品牌认可度低，对价格更加敏感，对服务质量要求更高。

某品牌车子很好，
但是备件价格偏
高

4S店服务质量好，
但是价格高、服务
周期长

消费者声音：



备件认知度方面的解决办法：了解最终消费用户的心理，合理定价

- 长期来看应通过不断宣传提高消费者对备件品牌的认知度
- 短期来看可以通过价格的调整，提高整体利润。了解用户对备件价格的认知、用户备件的消费心理、用户对溢价的接受能力，根据用户的需要合理定价



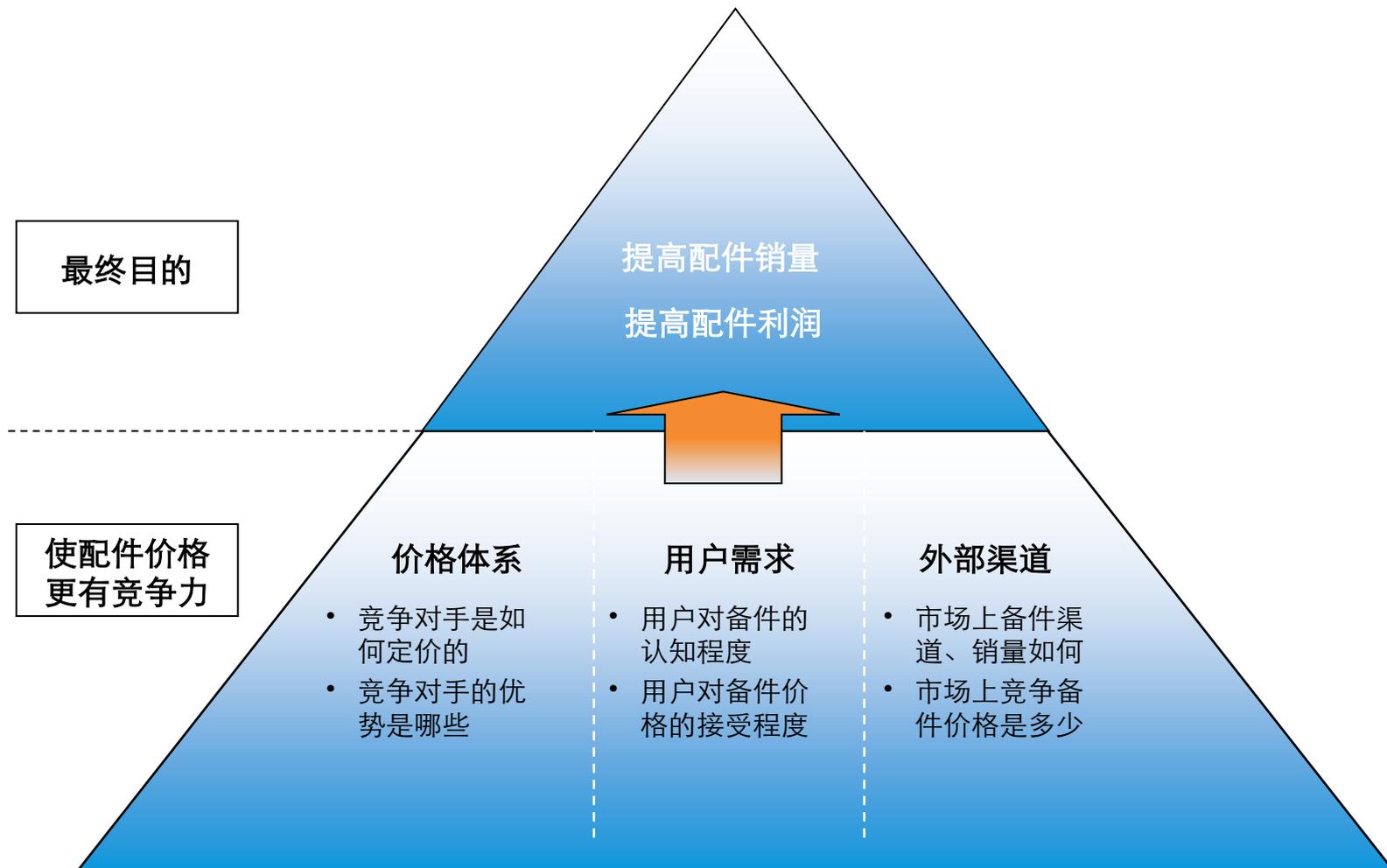
•用户备件价格认知

•用户备件消费心理

•用户对溢价接受能力

通过搭建完备价格体系实现利润的增长

- 通过价格体系建立、外部渠道管理、用户需求的了解，来对备件价格体系进行完善，提高配件销量和利润



SINOTRUST
新华信

北京
北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维大厦7-8层
邮编：100015
电话：(010) 5926 7688
传真：(010) 5867 1800

上海
上海市卢湾区建国中路29号国信商务大厦7层
邮编：200025
电话：(021) 6133 1788
传真：(021) 6133 1766

广州
广州市五羊新城寺右一马路18号泰恒大厦7层
邮编：510600
电话：(020) 2237 3266
传真：(020) 2237 3299

Thank You!

新华信助力商业决策