

小型车展出击二级市场

车商扩大销量 消费者获得便利

捞金

车·资讯

13部门“加油”  
汽车等消费迎来  
新一轮政策利好

汽车、绿色等消费迎来政策“红包”。记者获悉，商务部、国家发展改革委等13部门日前联合印发《关于开展加快内贸流通创新推进供给侧结构性改革扩大消费专项行动的意见》，文件中明确提出“改变汽车品牌授权销售单一模式，拉动新车消费”，“建立统一绿色产品标准、认证、标识体系”等多项扩大消费的具体举措。

记者了解到，商务部牵头12个部门从年初开始酝酿该文件。从文件的具体内容来看，将对下一步的消费，尤其是汽车、绿色消费等方面带来实质性利好。

文件明确提出，取消经营限制，改变汽车品牌授权销售单一模式，完善汽车平行进口政策措施，促进二手车便利交易，活跃二手车市场等。

“由于汽车流通领域长期存在品牌商授权4S店经营的纵向垄断经营模式，品牌商话语权过强导致了4S店之间的竞争不充分，从而使汽车价格处于卖方垄断的市场格局，进而也制约了消费需求潜力的释放，使消费者的权益不能得到充分保障。”中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍对记者表示，这也正是迫切需要供给侧改革解决的体制性问题。打破品牌授权垄断，促进汽车平行进口的发展，就会使汽车流通市场竞争更加充分，价格也有望在有序竞争的情况下回归合理范围。

经营主体能够在竞争中不断改善服务，增加品种，消费者也能有更多的选择，权益得到更好保护。

据了解，为稳住汽车消费，国家已经出台了减征小排量汽车车辆购置税等一系列政策措施，而且还在不断加大政策力度。

此外，文件中还提到改进商业企业税费，加快设立国务院批准的口岸进境免税店，鼓励进口商品直销，吸引境外消费回落等举措。值得关注的是，文件中还提出多项改革创新举措剑指制约消费的深层次机制。例如，提出加快制定内贸流通领域的权利清单、部门责任清单和市场准入负面清单，建立适应大流通、大市场和新消费发展需要的新型流通管理体制。

(据经济参考报)

韩国汽车出口量  
连续12个月下滑  
10月降13%

据韩联社11月10日报道，截至10月份，韩国汽车出口量连续12个月下滑，主要是因为新兴市场的汽车需求减少，以及本土最大汽车制造商现代起亚工人罢工的影响。

韩国贸易、工业和能源部部长公布的数据显示，10月份的汽车出口量为216931辆，相较于去年同期的249674辆减少了13.1个百分点。

在全球经济放缓的大背景下，韩国汽车出口自去年11月以来持续下降，8月份的出口量仅为140,506辆，达到了最近7年来的最低值。今年前10个月汽车出口量为207万辆，暴跌15.1个百分点，出口总值为321亿美元，同比下降了14.4个百分点。

韩国政府部门表示，现代起亚的工人罢工和新兴市场国家需求减弱阻碍了汽车的出口。近几个月，韩国两家领先的汽车生产商，现代汽车公司和起亚汽车公司的工会成员举行罢工，打乱了正常的生产流程，影响了汽车的出口。由于员工罢工，10月份当地5家汽车公司的汽车总产量降低了14.2个百分点，与去年同期的405,167辆相比，跌至347,470辆。

10月份，包括进口车在内的韩国国内汽车销量降低了10个百分点，降至148,078辆，部分原因归结于韩国政府推行的乘用车税收减免政策于6月底到期。

(环球)

流动“汽车销售”  
取得骄人业绩

选址报批后，舞台、灯光、条幅、拱门、展棚……一系列工业化的生产流程，一场为期三天的小型车展布展就完成了。

海口全岛行会展公司从事小型车展已有10多年时间，在公司总经理李建智看来，小型车展最大的优势是汽车品牌的集群效应，只要有活动，众汽车品牌便云集而来，所有中低高端的汽车品牌都就位了。“消费者可以获得购车方便的服务，同时，车商带去了汽车相关的易损配件，老车主们也可以获得便捷的售后服务。”

李建智介绍，以该公司为例，每年会面向全岛开展20场左右的车展，几乎涵盖了每个市县。车展选择的时间和对汽车品牌车型的选择很有讲究，某市县近期迎来经济作物上市，车展公司就会前往布展“捞金”。比如，东线市县交通状况一般较好，车展会有意布展3厢轿车；中线市县山路较多，就有意布展小型SUV。“非常灵活，但我们会保证每个市县的车展有30—50个品牌登台。今年8月在琼海车展中，三天就取得了47台的订单量。2016年以东风日产·起亚汽车为例，前三季度东风日产在市县车展现场累计订单超越150台，起亚汽车车展现场订单超越100台。”提起小型车展的“骄人业绩”，李建智很是开心。

车·调查

■ 本报记者 刘操

“金秋十月，购车好时节！10月21日-23日，文昌排球馆广场将有车展隆重举行……”“大家别着急出手！11月18日-20日，2016全岛行琼海车展即将在万泉河广场盛大开幕，数十家汽车主流品牌将携厂家优惠齐聚……”近年来，由我省中小型会展企业组织的小型车展在各个市县兴起，给市县消费者购车带来诸多便利的同时，也让我省各大汽车品牌车商扩大了销量。

小型车展为何适用于人口数较少的市县，李建智表示，很多市县因为购车能力有限，如果开办大型车展成本太高，而设置一个汽车销售网点也至少需要三五个人的团队运营，加上租金、人员工资等，要设立一个销售网点的成本很高，很多汽车品牌的经销商也不愿意投入。“小型车展既解决了车商面向市县的销售意愿，又节约了成本。”

一般说来，市县一场小型车展，每个汽车品牌会按照每辆车2000元左右的价格向会展公司交纳参展费，“每

在段卫宾看来，举办市县小型车展不仅给车商和消费者带来了实惠，更重要的，随着市县购买车辆的增多，这对地方经济的拉动也是显著的。”比如购买一台车花了10万元，后期的维修、养护，也是一笔花销，所以车展对促进汽车产业链的发展是一

家门口的微型车展 合市县消费者胃口

次车展成本都可以很好的控制，一般只要有车辆成交，就可以收回成本。”海口某汽车品牌销售人员李先生说，即使最终没有卖出一辆车，车展期间对于品牌的推广和宣传也起到了不错的效果，性价比很高。

而对于各市县的消费者而言，小型车展办到了家门口，也为他们省了不少事。“我爸就在10月份买了一辆比亚迪越野车，优惠了不少，关键是不用专门跑到海口匆忙购买，当时我爸去车展比较了三天，还带着亲戚帮忙参谋，心中有底了才定下来。”文昌女孩符丹丹提

培育二级汽车市场 带动全产业链发展

个切口。”

海南省汽车行业协会秘书长邵长伟也表示，小型车展有助于汽车经销商开拓县域汽车市场。邵长伟分析，汽车巡展给广大参展商提供了主动出击开发二级市场的机会，在家门口举办汽车巡展，为消费者提供就近认知、选择、购

起市县的小型车展，还是很满意的，但希望品牌更丰富一些。

在海南资深汽车媒体人、海口万物国际汽车城招商部部长段卫宾看来，近年来，我省市县消费者购车需求逐渐增长，车商将销售的“瞄准镜”对准市县市场已成为趋势。“开办市县小型车展非常有必要，也符合市场实际。”段卫宾表示，在销售策略中，如何更好地服务市县消费者已经成为车商销售工作的重要课题，而选择积极参与到各个小型车展里面，是一个重要的手段。

买汽车产品的机会，汽车消费增长会推动该地区汽车业、服务业、会展业的发展，拉动城市消费，促进城乡基础设施改善和交通环境优化。

李建智表示，希望小型车展未来可以更加便捷地服务市县，实现双赢，甚至多赢的局面。



小型车展在市县颇有市场。

车·观察

“双11”的1207亿跟汽车有关系吗？

汽车电商成长面临痛点

汽车电商几年前已经开始出现，但是目前的模式还在探索期，线上到线下整个交易流程还不够通畅，汽车电商之所以没有迅速发展

起来，是一些痛点还没有解决。如汽车销售相关的服务无法线上完成。汽车作为特殊商品，其销售还需要购置税、上牌等服务，这对于首

次购车的客户来说尤其重要，4S店存在的必要性就是能提供购车相关的服务，所以线下环节是汽车电商的重要构成部分。而且，汽车作为

一个交通工具，又是家庭的大宗消费，消费者在购买之前的体验是绝对必要的，这一点目前难以提供完善的服务。

汽车电商线上线下须统一

现有汽车经销模式，经销商投资大、运营成本高，相当数量的经销商处于亏损状态；同时，线下经销商网络覆盖不全等问题也让消费者的购车体验大打折扣。汽车电商的出现将有可能极大改善这些痛点，但是前提是不能脱离线下的服务，必须线上线下相结

合。在几年以前，我们不会尝试在网上购买手机，现如今，很多大件的电子产品都会在电商购买，因为电商更加方便快捷。虽然现在世界范围内还没有成熟的汽车电商平台，但是我们相信会有一些优秀的企业成功，就像以前的阿里巴巴一样，解决消费者的痛

点，改善购车体验。至于五种类型的电商平台，我认为垂直电商构建线下平台成功的可能性最大，因为这类电商能接近高比例的潜在客户同时与厂家和经销商的关系最为密切，让我们一起期待更加完美的汽车流通生态链。

汽车电商目前还面临着诸多

困难，但是目前的经销模式也存在很多弊端，整个销售环节还有很大的完善空间，这给了电商机会，但是电商一定是线上线下完整统一的，能够完美解决销售链条中困难的最终将会成功；作为消费者我们希望的是能够方便、安心的买到一辆价格合适的汽车。

(综合)

新一轮互联网浪潮的兴起、资本的推动，让汽车电商从0到1，一时间，涌现了多种形式的汽车电商。

多种形式的汽车电商



1

以汽车之家和易车网为代表的媒体类电商。这类型的电商平台最为高调，凭借作为汽车媒体所拥有的天然流量，拥有巨大的入口，在汽车电商站稳了脚步。媒体类电商平台能比较精准的定位客户，但是线下经销商配合度是个问题。

2

以阿里汽车为代表的综合电商平台。阿里巴巴凭借最大的电商平台，在汽车电商领域独树一帜。不过其思路仍是把传统B2C电商模式复制到汽车电商领域。但汽车作为大宗商品具有特殊性，使得汽车厂商在天猫上的旗舰店沦为品牌展示和宣传的平台。

3

以车享网为代表的厂商自建平台。车享网是第一家自建电商平台的厂家，国内还有长安汽车、长城汽车等。这类电商优缺点都很明显，优点是对车源和价格的把控力很强以及经销商配合度高，缺点就是车型较为单一。

4

以汽车街为代表的经销商共建平台。这一类除了汽车街还有庞大汽车网。经销商面对汽车电商的兴起如临大敌，不甘心被取而代之，但是这类电商平台不仅没有流量也缺乏电商的经验和人才，优点是掌握着厂家倚重的销售服务渠道。

5

以一猫为代表的新兴电商平台。新兴电商平台的力量逐渐壮大，如小马购车、我的车网，但是这类电商平台因为自身没有流量、资金链问题倒闭的也最多，如车风网。这类汽车电商通过自建线下门店，打通线上线上，但是在车源、线下流量方面存在一定劣势。

制图/陈海冰

广告  
联系

林明岳 15109805678