



以创新驱动为牵引 于变局中开新局

汽车流通追寻高质量发展“金钥匙”

■ 本报记者 王旭光

在全球经济化的时代浪潮前,各行各业都面临着前所未有的挑战,汽车行业同样如此。但与此同时,新的机遇也迎面而来。在新的发展阶段,汽车市场与流通行业如何发挥好超大规模优势,以创新驱动为牵引,于变局中重塑增长新格局,为行业、企业发展注入澎湃动力成为需要思考的问题。

于变局中重塑增长新格局

“传统汽车销售模式正在面临前所未有的考验,汽车产品和技术在变,市场结构在变,消费者需求在变,渠道也必然发生变革。”日前,在以“新格局下的机遇与挑战”为主题的2021中国汽车流通行业年会暨博览会上,中国汽车流通协会会长沈进军在致辞时如此表示。

沈进军介绍,2021年汽车市场和流通行业呈现出了五大特征和变化:

- 一是国家在汽车流通领域“放管服”改革持续向纵深推进,全面打通二手车市场堵点、痛点的相关政策。一旦措施出台,将为二手车市场的发展注入新活力,二手车的流通将会和新车的流通一样便捷。
- 二是新能源汽车与传统燃油车走势形成了鲜

明对比,新能源汽车市场正在由原来的政策单轮驱动向政策和市场需求双轮驱动转变。

三是伴随新一轮科技浪潮和数字经济的发展,汽车产业和市场的数字化转型正在加速,并且已经深入到行业发展的各个领域。

四是受国际国内多重因素影响,汽车供应链的安全风险激增,深刻影响着汽车产业链和供应链的结构平衡,突出表现为车用半导体芯片产能短缺对全球汽车市场造成了不利影响。

五是汽车流通渠道多样化发展,传统汽车销售模式正在面临前所未有的考验,如何进一步发挥和利用好现有渠道在效率和体系方面的优势,需要厂家和经销商以开放和包容的心态去共同面对,秉持共商、共建、共享理念,于变局中开新局。

对于今年汽车流通业的表现,商务部消费促进司汽车流通处调研员宋英杰概括指出,从汽车全流通链条看,二手车市场增长明显好于新车市场,报废机动车、汽车改装保持较快发展;从汽车流通模式来看,授权销售仍是汽车销售的主渠道,汽车电商、直营等非授权销售也不断发展,促进了汽车市场竞争,提升了汽车流通效率。同时,商务部也非常关注模式变化带来的其他方面影响,希望模式创新尽量给汽车市场各参与方带来共赢,使厂商关系更加和谐,避免任何一方利用优势地位伤害其他相关方的利益。

“智能化+自主品牌”提高竞争新优势

“以国内循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局正在加快形成,经济增长的动力将发生根本转变,消费需求在国民经济发展中的作用日益凸显,以全面的消费引导完善市场体系将是建设市场大国的必由之路,而汽车消费则是稳增长、扩内需的重点领域。”沈进军表示。

正因如此,汽车流通市场有哪些新变化和趋势更加值得关注。

针对汽车市场的走势,国家信息中心副主任徐长明预判,在结构方面,由于“95后”逐步成为购车主力,并到2030年会超过1/3的比重,届时会倒逼汽车市场加速智能化、电动化发展,与此同时自主品牌会处于有利地位。

中国电动汽车百人会常务副秘书长刘小诗的话也印证了这一点。刘小诗谈到,预计今年全年国内新能源汽车销量在330万辆左右,明年将达500万辆以上,到2025年有望达到700万~1000万辆,而2025年的新能源汽车市场渗透率要从此前预测的20%上调到30%,2030年很有可能到50%,这大大超出行业预期。

刘小诗表示,目前,中国的新能源汽车占据全球保有量的40%以上,销量、保有量、生产量已连续6年全球第一。更重要的是,得益于政府的前瞻

布局和政策支持,换道先行的智慧、动力电池的路线、消费电子的基础、基础设施的建设以及潜力巨大的市场,中国已形成了自己的新能源汽车电池工业,提高了中国品牌的占有率,更在国际上打响了中国品牌,并为汽车与其他产业创造了融合共生的商业机会。

促进汽车全产业链高质量发展或许将成为行业高质量发展的一把“金钥匙”。

宋英杰表示,2022年,商务部将继续着眼于汽车全生命周期,会同有关部门深化汽车流通领域改革,优化汽车消费使用政策,积极推动新车市场在稳增长中优结构;着力促进二手车市场在强活力中扩规模,取消对二手车交易的不合理限制;支持新能源汽车加快发展;规范发展报废机动车回收和汽车后市场,加快推动构建梯次消费、高效使用、绿色循环的汽车市场新发展格局,进一步促进汽车全产业链高质量发展。

根据第七次全国普查的结果显示,中国60岁以上的老龄人口已达2.64亿人,占比18.7%。其中65岁以上人口占比13.5%,比十年前上涨5.44个百分点。我国人口老龄化趋势的加剧已经超预期,且未来十年将加速形成深度老龄化社会,预计2053年我国的老龄人口占比约为34.8%。

2050年将达百万亿规模 养老产业成为新兴替代性重要支柱产业

■ 本报记者 李子晨

“老龄社会的形态将成为中国第二个百年发展的底层逻辑之一,未来将呈现超快速度的老龄化、超大规模的老龄人口、超高水平的老龄化、超稳定的老龄结构。”12月2日,房地产服务和咨询顾问公司戴德梁行发布最新研究显示,随着深度老龄化社会正在加速形成,养老产业发展空间广阔。现阶段,我国养老是普遍性需求,养老产业规模已突破5.6万亿元。预计2050年达到百万亿规模,将成为新型替代性支柱产业之一。

养老产业是满足老年人特殊需要的复合型产业链,具有强公益、低收益等特征,从供给来看,是以老龄服务、老龄产品、老龄地产和老龄金融为核心的复合型产业集群。近年来,城镇居民康养需求及消费能力随生活水平持续上升保持着同样的上升态势。在消费升级的驱动下,大健康产业正升级为多元消费并存、产品创新化的高附加值产业。政府不断引导和支持社会力量参与康养服务业,未来具备产业资源整合能力,且形成清晰盈利模式是社会参与发展康养事业的关键。

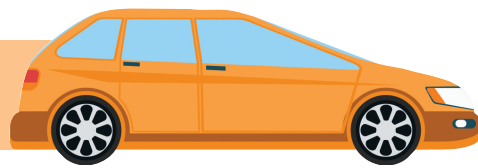
据不完全统计,2017年至今国内共完成了康养产业相关的70余个项目,是2011~2016年的2~3倍。但目前,我国的养老产业仍面临着设施供应不足、专业人员缺失和老年人消费能力不足的问题。

对此,政府在养老模式革新、医养结合深化、智慧养老建设、养老金融开放等方面正在持续加大政策的支持力度。国家全面放开养老服务市场,明确要在土地供应、政策保障等方面对健康服务予以支持,提供多层次的医养结合服务。未来,养老产业将呈现“多元化+市场化”“产业化+资本化”和“智慧化+信息化”的发展趋势。

“自2012年起,我国开始推行‘智慧城市’的建设,城市管理网络技术的探索和发展实现了城市各项服务功能的技术化与信息化,为智慧养老的发展提供了客观条件。在5G网络下,诊断和服务将突破原有的地域限制,使养老资源更加平均,个人、家庭、机构也可以实现更高效的分配和对接。”戴德梁行北区策略发展顾问部主管徐天表示,据统计,我国有90%左右的老年人选择居家养老,7%左右的老年人依托社区养老,只有3%的老年人入住机构养老。因此,多个城市正在大力推行“15分钟养老服务圈”,该服务大大化解了居家养老的不足和不便,同时也减轻了子女的陪护压力。

拥抱变化 乘势而上

2021年二手车经销商冲云破雾



■ 本报记者 王旭光

受新冠肺炎疫情影响,很多行业都面临着艰难时刻,然而办法总比困难多。12月3日,以“拥抱变化乘势而上”为主题的2021年二手车经销商发展论坛就从实践出发,回顾了二手车经销商在过去一年内的重点工作、要点以及面对的困境与挑战,并展望了新时期二手车的发展及方向。

中国汽车流通协会副会长、二手车经销商分会会长、深圳澳康达名车广场董事总经理陈祥达在致辞中表示,目前二手车方面有一些利好政策,但市场环境依然不够稳定。然而,挑战往往和机遇并存,大家都在为适应市场和寻求突破作出自己的努力,在思维观念上推陈出新,甚至大刀阔斧改变经营模式,积极主动拥抱变化,在改变中不断压实企业根基、补齐

企业短板,增强企业竞争力。

提高品牌认知度、发力线上渠道、接入新媒体渠道无疑是二手车企业冲云破雾的有效手段。

中国汽车流通协会汽车消费者研究专业委员会秘书长高凌表示,数字化推动了汽车价值链的全面转变,因此数字化的转型同样适用于二手车。回归到二手车行业来看,信息不透明和数据不全面是困扰新能源二手车流通的重要因素。

安徽明鑫汽车贸易有限公司董事长李明也表示,目前地方二手车消费者品牌认知度不高,新能源二手车业务并没有成功的模式可以复制。而随着店内抖音等新媒体渠道的接入,线上直播卖车可做到30台左右的月销量,发力线上的营销行为需要持续。

山西壹加壹名车董事长李二伟则结合自身抖音账号运营经验简述了新媒体

时期的二手车渠道与二手车销售策略。他认为,抖音是个双刃剑,是一个利弊共存的工具,如一些不诚信经营行为就会出现无限度放大。因此,线上的真实有趣或许是运营账号的第一要务。

以自身为例,李二伟表示,壹加壹汽车就是以交易转化为目的进行,确立方向后就可设定视频内容选题,从而辅助拍摄并实现交易落地,形成线上优质内容、线下完美体验。“有趣优质的内容是今后二手车经营门店线上营销的重要方向。”

而在佛山迈卡易汽车销售服务有限公司董事长霍展鹏看来,差异化经营是破局关键,做强售后服务,尤其是广义的售后服务,就是从“用户反馈、创造二次消费机会、转介绍、车源回购”等维度全面开展车主工作。

值得一提的是,中国汽车流通协会的“行”认证已不再聚焦二手车认证的“点”,

而是做行业裁判,为二手车检测机构进行认证。中国汽车流通协会“行”认证办公室主任李鸿表示,“行”认证现已形成“行业级品牌背书+车辆溯源身份证+权威专家组”的流程模式,从而提升品牌诚信形象、降低市场内经营企业的诚信沟通成本、减少企业交易纠纷风险。

在论坛上,中国汽车流通协会副秘书长罗磊还发布了《2021年二手车经销企业生存状况调查报告》。报告主要从经营年限、经营面积、年收入以及经营品牌、企业利润、库存和盈利情况等方面作出详细分析。同时,报告显示,二手车企业有长期稳定的经营行为,成熟度较高。

新能源汽车智慧服务平台正式启动

本报讯 目前,我国新能源汽车已迈入高速增长期,但在配套服务建设上还处于薄弱。

数据显示,截至9月,全国新能源汽车保有量已经达到678万辆,其中纯电动汽车保有量55万辆。至2030年,预计新能源汽车保有量将超过8000万辆。但与此同时,新能源汽车检测评估、保险产品、二手车交易、维修服务、电池回收等环节因缺乏服务标准、大数据应用、专业设备等支撑尚相对空白。

日前,中国汽车流通协会与通用技术中国汽车

工程研究院股份有限公司共同研发的“新能源汽车智慧服务平台”正式启动。“新能源汽车智慧服务平台”的建设将充分发挥中国汽车流通协会和通用技术中国汽研在行业标准建设、汽车流通领域资源、汽车技术研发、大数据应用、风险模型算法等方面的优势,以新能源汽车动力电池健康度检测及车辆历史数据为核心,搭建新能源汽车残值评估模型及系统、电池信息服务系统等,并通过大数据、人工智能等信息技术构建线上线下一体、软硬结

合的新能源汽车智慧服务体系,以满足新能源汽车在社会公共交通安全、消费者车辆使用、保险公司产品创新、二手车流通等方面需求。

据悉,“新能源汽车智慧服务平台”将在全国各城市布网落地,可以有效地支持地方政府建立地方行业规范、网约车安全运行管理解决方案,解决道路公共安全需求;支持企业建设新能源汽车智慧服务中心,提供动力电池检测服务、二手车残值鉴定评估服务、电池回

收信息服务;解决消费者的里程焦虑需求,为其提供售后维修、金融保险、二手车残值评估等系列服务。

中国汽车流通协会方面表示,未来“新能源汽车智慧服务平台”的检测数据还将支持新能源汽车金融保险的风险管理,丰富金融机构和保险公司在产品研发、风险评估以及反欺诈方面的技术手段。

(王旭光)



“专业干饭人”出道 新零售衍生新职业

■ 本报记者 李子晨

与琳琅满目的美食打交道,每天的工作主题就是吃吃吃……近日,盒马发布的一则招聘信息引起关注。这个名为“美食研发经理”的岗位看似会吃、能吃、敢吃就行,但实则不然。

“辣火锅汤底,一口闷”,95后上海男孩梁鹏海近期因日常工作的表现走红网络,被称作“辣汤男孩”,而他也是盒马“美食研发”岗位的先行者。作为“吃货背后的男人”,梁鹏海毕业后就职于盒马负责食品的创新研发和升级改良的3R部门。3R是即烹、即热、即食的代称(Ready to cook,

Ready to heat, Ready to eat)。从2016年至今,柠檬酸辣无骨凤爪、严阿姨八宝饭、褚老大联名枕头粽、杨枝甘露等爆款都出自盒马3R团队。

一款新品的诞生要经过策划、打样、试吃、修改、定品几个主要阶段,同时要兼顾各地口味以及各地生产和供应链的跟进情况,才能被最终送到用户的餐桌上。在试吃中检验、改良配方,是研发过程中的重要步骤。

都说“众口难调”,而梁鹏海的工作之一就是通一次又一次的试吃、调整,克服这一难题。“像辣味,北京与广州、重庆的盒马用户,对口味的需求都是不同的。顾客

对辣可能就是一个单纯味道的理解,但我们试吃还要考虑更多,如麻和辣的比例、香味以及大料的味。前辣,讲究闻着有香味,入口不刺激;中辣,则是辣中不喧宾夺主;后辣,回味,好的辣锅回味余香,没有苦涩。”梁鹏海说。

专业试吃绝不是“吃几口”这么轻松。梁鹏海回忆,最多一次试吃火锅现场有七八个辣锅,还有近10个其他口味的汤底,每一个都要喝两三口。“只有喝进去,才能体会到汤底真正的味道。第一次喝入口很难,喝着喝着也就能找到每一口的细微差别。”

“我们需要更多像梁鹏海这样脑洞大开、敢想敢做的吃货。”盒马3R产品负责人隐溪

表示,美食研发经理并不简单,既要懂匠心、专业,又要懂生活。同时,为了能想出好的产品,他们还需要精通全国的供应链管理,需要协调全国各种优质食材、配料,以及选择工厂把确定的配方加工成可以上架销售的完整商品,并配送到全国的盒马门店。

常驻上海的煮雨,日常工作是为盒马3R在全国范围内寻找合适的鸡肉作原材料。从南到北,他对每个区域每一款鸡的美味程度都了如指掌,被同事称为“最懂鸡”的女子。

“每一款美食的诞生,都要经过几十人的通力合作。时间从几周到几个月不等,试吃最少也要上百次,才能确定通行全国

的配方。”隐溪说:“盒马美食‘百里挑一’,一点也不为过。”

7月1日,盒马成立了一家名为上海盒新智造食品科技的公司,将在北京、上海、广州、武汉、成都、西安陆续建成6个中央工厂,主要用于酱卤熟食、生熟面制品、半成品菜、调理肉制品、水产品以及豆制品的研发生产,总投资近20亿元。

随着盒马加速3R布局,对美食研发等新兴职业人才的需求不断增长,今年的招聘量已出现两倍增长。业内人士分析,新零售高速发展对新职业的快速普及有巨大推动作用,3R市场潜力巨大,未来将有更多招揽专业人士的需求。