公车改革倒逼维修厂 汽车后市场将过万亿

■ 李溯婉 报道

“原先担心店面不容易找,没想到,不少汽车维修店关闭或转让,恰好给了我们机会,可以用较低的价格接手过来。”

辞去国美华南大区总经理职位的高集群,于 2013 年创办了集群车宝直营连锁 O2O 汽车服务平台,尝试将家电行业直营连锁模式复制到汽车后市场,去年拿到“投资教父”竺稼两笔加起来超过 2000 万元的融资后,按他的计划,今年底开店的数量要从去年的 10 家增长到 40 家,他没想到的是,这一进度比预期要更顺利。“近日刚谈成一家,这家汽车维修店老板去年投了 180 万元新建的店,现在 50 万元转手给我们,一年亏了 100 多万元。”高集群接受记者。

今年来,陆续有些 4S 店和汽车维修店关闭,这背后除了中国车市低迷的原因外,还另有“隐情”。一位在汽车维修行业摸爬滚打多年的周实 (化名) 近日接受记者采访时透露,今年汽车售后服务生意变得格外难做,陷入困境的不仅是新加入的“菜鸟”,还有一些经营多年的老店,尤其是此前过于倚重“公务车”的维修店,经营会因公务车改革一下跌至冰点。

公务车揩油之路被断

“早些年,假如有政府关系网的汽车维修店,来钱特别快,例如 100 元的零部件,可能会卖到 800 元或 1000 元,甚至更多。有的汽车维修店,往往是对公务车的保养维修利润最高。近两三年来,公务用车运行维护费监管严格了许多,而目前一般公务用车取消,彻底将这条财路切断。”周实说。

9 月 5 日,广州市举行了广东省省直机关车改取消车辆首场拍卖会,车型包括奥迪、帕萨特、雅阁、凯美瑞、别克等,其中约 30%车龄在 5 年左右,约 70%车龄在 10 年左右。参与拍卖车辆排量多在 1.8L 以上,起拍价介于 2000 元至 20 万元之间。在此次广东公车“第一拍”中,有 102 辆参加拍卖,成交 101 辆,仅有 1 辆流拍。第二场省直机关公车拍卖会将会在本月中下旬举行。目前,已经在省直各参改单位封存的公车约有 3000 辆,这些公车改革取消的车辆将通过拍卖的形式寻觅到新主人。

恰是这些车辆的拍出,断送了一些汽车维护厂的“财路”,它们新的主人很难再像老东家出手那么阔。

多年来,公务车养车费居高,一直备受非议。早年媒体曾报道过,广州市两家市直机关单位公布 2010 年“三公”开支,其中一家单位下属的 233 辆公车,总维护费为 740.99 万元,平均一辆公车的月维护费为 2650 元;而另一家单位旗下 149 辆车,运行维护费支出 964.49 万元,公车月均维护费算下来是 5394 元。同样是公务车,月均维护费却相差悬殊。

2012 年 8 月,广州市政府发布《关于厉行节约的若干规定》,指出要严控公务用车支出,严格审核公务用车配备更新计划,控制公务用车数量,完善公务用车油耗、维修和保险费用单车核算制度,以及公务用车运行维护费用在年初预算数基础上降幅不低于 10%。

2013 年,据广州各部门决算账本,广州市市直党政机关和事业单位三公费用支出 4.89 亿元,其中约七成用在公车方面。2013 年度广州市本级决算报告显示:市直党政机关和事业单位公共财政预算资金开支的公务用车购置费 0.66 亿元,公务用车运行维护费 2.94 亿元,即公务用车的运行和维护成本占整个公车总开销的 81.67%。

汽车后市场鱼龙混杂,不同车型以及不同维修厂报价迥然不同,而即使是同一家维修店,前后报价都可能不一样。一位从事汽车保险业务的人士曾向记者反映,一位车主将自己不小心撞坏了的汽车送到该品牌维修中心,前后两次报价相差几十万元。汽车后市场里报价参差不齐、小病大修等现象司空见惯。正是由于后市场的无序,让公车维修滋生了寻租空间。

周实反映,有的汽车维修店此前通过关系或回扣等方式招揽来公车维修业务,活得很滋润,而在严控公务用车支出之后,尽管公车维修利润大幅降低,但起码还有这块固定的业务。现在失去公务车的维修业务,加上市场竞争加剧,价格越来越透明,以及今年车市遇冷,一些汽车维修店难以支撑下去。

突围路径

近年来,汽车后市场成为投资人眼中最热的掘金地。有数据统计,从 2006 年到 2014 年,国内市场大约有 20 亿美元投资在汽车服务领域,中国汽车后市场足够大、足够乱,但也有巨大潜力。中国汽车流通协会给出的数据,目前狭义的汽车后市场(仅指汽车的维修保养、美容装潢改装、洗车养护等与车辆日常维护直接相关的服务)规模已经超过 7000 亿元,5 年内将超过 1 万亿元。

不过,机会并不是平均给予所有的汽车维修店。在全国工商联汽车经销商商会秘书长朱孔源看来,未来全国三成的经销商将面临倒闭。假如按朱孔源的预判,未来全国倒闭的汽车 4S 店将达到 6000 家。

事实上,许多小型汽车维修店的日子不比 4S 店轻松甚至更难。而一些新兴的 O2O 汽车服务平台因资金链断裂而相继倒闭。

周实谈到,现在广州等一线城市的汽车售后服务逐渐趋向饱和,而二三线城市情况相对好些,他去年跑到湛江开设 4S 店。在他看来,湛江的汽车售后市场起码比广州落后 5 年,但拓展空间也更大些,现在比他的广州店赚钱。

目前,中国汽车保有量大约为 1.5 亿辆,美国汽车保有量为 2.53 亿辆,国内汽车修配店约 46 万家,而美国汽车修配企业有 17 万家。9 月 12 日,米其林中国轿车及轻卡轮胎替换市场驰加业务总经理廖初航在 2015 中国汽车产业发展(泰达)国际论坛的“汽车后市场的变革与创新”主题研讨会上谈道:“17 万比 46 万,这是中国跟美国市场的差距,这个差距代表了这样一个产业的极度碎片化,代表我们的效率与发达市场相比有很大的一个缺失,连锁化、集约化是将来我们这个市场发展的一个趋势。”

作为汽车后市场的一位后来者,高集群寄望直营连锁 O2O 汽车服务平台在汽车后市场杀出一条血路。在他看来,连锁经营是降低成本的有效路径之一,例如可通过规模效应向零部件供应商压价,单间汽车维修店的经营将更加艰难。

现在,人工等运营成本居高不下,一个洗车工人的底薪普遍从 1800 元起,集群车宝给出洗车员工的底薪达 3000 元,加上社保等已超过 4000 元,但市场上洗一次车的收费普遍是 20~30 元。为了集客,集群车宝推出 10 元洗车甚至免费洗车的优惠活动。汽车维修店很难赚钱甚至亏本,需要通过整合线上线下,以及整合打包美容保养、维修以及保险等方面业务,才可能拓展更大的发展空间。而线上线下等整合是一个非常复杂的过程,有的汽车后市场 O2O 企业还来不及打通线上线下就已被淘汰出局。

“不少汽车后市场 O2O 先从线上开始,需要花大量的钱投入推广,而我们则先开实体店,等我们的实体连锁店开到一定数量并且大多数盈利的情况下,才逐渐推进线上预约保养、维修以及线上购买车险等业务。互联网、大数据有助于解决我们在后市场当中遇到的难题,比如维修过程中车型、配件等海量数据,汽车修理者健康档案的电子化文档等也需要经过互联网解决。此外,互联网将可以实现后市场价格更加透明化以及降低成本等。例如,在车险的竞争上,4S 店经常送机油保养类服务吸引用户,而网购平台大多给出 15%左右的降价。不过,线上线下整合非常复杂,有些环节,我们还在摸索中。”高集群说。

北京启动服务业开放综合试点 六大领域成重点

■ 夏旭田 报道

今年 5 月,国务院批复同意北京市开展服务业扩大开放综合试点,9 月 13 日,商务部、北京市政府印发了《北京市服务业扩大开放综合试点实施方案》(下称《实施方案》)。北京成为全国首个也是目前唯一一个服务业开放综合试点城市。

9 月 15 日,国新办就北京市服务业扩大开放综合试点举行了新闻发布会,商务部部长助理刘海泉、北京市副市长程红就《实施方案》进行了解读。

六大服务业领域开放

商务部部长助理刘海泉介绍,新印发的《实施方案》重点聚焦科学技术、互联网和信息、文化教育、金融、商务和旅游、健康医疗六大重点服务领域,逐步扩大面向各类资本的开放,降低或取消外资股权比例限制、部分或全部放宽经营资质和经营范围限制,从而加快北京服务业的升级和换代。

北京市副市长程红解释,之所以选取上述六大重点领域扩大开放,是因为它们符合首都战略功能定位,市场需求迫切,市场潜力较大,北京又具有一定比较优势。

中国社科院财经战略研究院副院长、服务经济研究室主任夏杰长作为特约咨询专家全程参与了该方案讨论修订过程,他告诉记者,作为服务业扩大开放在国家层面的试点,之所以选择北京,是因为北京是目前中国服务业最发达的地区,在上述若干领域的开放度已经很大,因而更容易开展试点工作,形成可复制推广的经验。

据程红介绍,去年北京市服务业增加值超过 1.6 万亿元,占 GDP 的比重为 78%,今年上半年则实现了“四个 80%”:服务业增加值占 GDP 的比重超过 80%,服务业对增长的贡献率超过 80%,服务业的税收占比超过 80%,引进外资中服务业占比超过 80%。

商务部部长高虎城 9 月 14 日在出席北京市服务业扩大开放综合试点动员部署大会时表示,党中央、国务院决定在北京市开展服务业综合试点,将与自贸试验区、粤港澳服务贸易自由化共同构成服务业对外开放试点的“三驾马车”,有利于加快服务业开放的试点进程。

夏杰长向记者表示,目前已设立了自贸区的上海、天津、广东和福建在各自的自贸区规划中纳入了服务业对外开放的内容,广东还与港澳签署了服务贸易自由化协议,而北京作为同等体量、服务业同等发达的城市,一直也在希望尝试一种新的服务业开放试点。

刘海泉表示,与四个自贸试验区服务业开放相比,北京市服务业开放综合试点是首次在市域经济范围内开展的试点工作,其覆盖区域范围更广、试点行业集中度更高、配套支撑体系更完善。

FDI 迈入“服务经济时代”

夏杰长向记者强调,中国的 FDI 已经进入名副其实的“服务经济时代”。

“2011 年,服务业实际使用外资规模首次超过了制造业,之后,我国服务业利用外资的规模和权重不断大幅提升,成为不可阻挡的趋势。2014 年服务业吸收外资占比已经上升到 55.4%,高出制造业 22 个百分点,总量达 662.3 亿美元。”夏杰长说。

商务部新闻发言人沈丹阳同样认为,服务业在 FDI 中占比不断上升是大势所趋。“这是一个趋势性的情况,近几年来,中国利用外资中服务业的比重一直在扩大,服务业利用外资的增速明显要比制造业和农牧林渔业的增速快得多。”

公开资料显示,商务部在扩大服务业实际使用外资规模上做了不少努力:商务部会同国家卫生计生委出台了《关于开展设立外资独资医院试点工作的通知》,会同民政部出台了《关于外商投资设立营利性养老机构有关事项的公告》;此外还会同交通运输部修订了《外商投资道路运输业管理规定》、《外商投资国际海运业管理规定》,会同国家邮政局向国务院报送了《进一步开放国内快递市场的请示》。

夏杰长表示,上述政策以市场开放引进服务业,只是服务业 FDI 快速增长的一个原因,更关键的是,中国作为全球第一人口大国,第二大经济体,第一大制造业国,无论在生活性服务业,还是生产性服务业,都有着巨大的市场需求,而这正是中国吸引服务业 FDI 的最重要的优势。

瞄准 4500 亿高端市场 服装定制业悄然兴起

■ 刘晓颖 报道

美女裁缝开了特斯拉到你家里来为你量体裁衣,七个工作日后就可以收到专属于你的定制服饰,价格则是传统的高端定制服装的 30%~50%。听上去是不是很棒?

近日,以此为营销卖点的衣邦人创始人方琴接受了记者的采访。在她看来,如果可以将工业 4.0 与互联网好好结合在一起,那么未来商机无限。按照方琴的规划,2015 年 9 月在上海正式开业的衣邦人到 2016 年可以完成 1 个亿的交易额。

定制市场容量巨大

据悉,这家以高端服装定制为主业的衣邦人是一家名为杭州贝嘟科技有限公司的互联网公司。方琴是一个纯理工科生,作为一个连续创业者,她在浙大硕士毕业后参与创办卡当网(一家专做礼品定制的网站),2007 年底出任卡当网 CEO 并实现公司连续五年业绩翻三番。方琴认为:“只要将互联网思维切入得好,一样可以把服装定制做好。”

方琴测算,中国的高端定制客群大约有 9000 万人,如果按照理想人口数和人均年消费 5000 元的推测,整个市场容量可以达到 4500 亿元,但事实上,“目前网络高定规模很小,大多数的高级定制都集中在线下”。她在 2014 年 12 月创业初期时,曾在大众点评这样的网站搜寻过男装定制的店铺,当时的统计是这样的门店在上海有 84 家、杭州、无锡等二线城市有 6 家左右,三线城市平均 4 家、四线城市平均 2 家。

“这个统计还是比较粗略的,因为有些店并不会上大众点评。而这个网站在一线城市的覆盖率较好,二三线略好,但在小城市几乎就没有什么覆盖了。”于是,方琴按照一线城市 50%的上线率、二线城市 20%的上线率做了个粗略计算:“如果以平均一线和二线单店年成交规模分别为 300 万和 200 万计算,三线城市单店年成交规模为 100 万算,四线五线城市单店年成交规模为 50 万算,则目前市场容量仅约为 53 亿。”由此,她认为这一行业的发展潜力巨大。

誓要颠覆传统行业

在海外,所谓的高端定制即是一对一,专门有裁缝量体裁衣全程服务。那些奢侈品牌如香奈儿、爱马仕等至今也保持了这样的传统,前来选购下单的顾客除了要支付昂贵的费用,还需要有一定的耐心等待最终的成品到手。

在国内,服装定制让人想到上世纪早期的培罗蒙、荣昌祥、亨生等名店。一位熟悉培罗蒙的业内人士告诉记者,当年像培罗蒙这样的服装定制店,在为客户量体后,会标明客户的姓名、地址、电话,最后由专人统一保存。“定制的好处是,每个人的身材高矮胖瘦千变万化,斜肩、大胸、凸肚、驼背等特殊体型让制衣的难度更加大。以西装为例,好的裁缝可以确保成衣不壳、不裂、不走样。高明的手艺人做出来的衣服可以让客人身上的缺陷全都隐藏,穿出来简直判若两人。”上述业内人士说。

但问题是,全部经人手工的定制,只能小批量产出。

林明山是海彦男士礼服的董事长,这家老派的定制店在衡山路设有专卖店,专门为小圈子的人定制礼服。接受记者采访时,这位身着杰尼亚定制西装的人承认,传统的高端定制不可能大批量生产,“虽然我现在也在做连锁店,但唯有在上海这样的城市是定制的,因为好的裁缝人手不够。其他的外地店铺,我们会做一些成衣进行销售”。

方琴正是看到了这一点。衣邦人的野心是要颠覆传统的服装定制行业。她要用“网络营销+美女着装顾问上门服务”改变传统高定店的价格高昂和服务高冷,让白领们足不出户就可以买到高性价比的定制男女西装、衬衫、裤子等,花的钱只有传统门店的 30%~50%,而且交货期缩短到了七个工作日。

听上去挺酷的,那么又是如何做到的?

和大供应商合作。

据了解,实际上,衣邦人即是一个服务平台,它提供服装信息、上门服务以及售后服务。但它并没有自己的工厂和作坊。

“关键是我们自己研发了一套软件系统。我们从顾客这里得到订单后,直接将数据传导到供应商处,直接下单,工厂即可开工生产,完成后直接发货。”方琴告诉记者,“我们选择和行业内大的、领先的供应商合作。有一套很严格的供应商筛选和监督体系,在全国范围内寻找合适的合作伙伴,力求从源头保证提供给消费者的产品必须是优质的。”

据了解,最先和衣邦人合作的是青岛红领集团。红领集团是国内最早进行大规模个性化定制变革的传统服装企业之一。红领此前声名鹊起是因其自己研发了一个个性化定制平台——男士正装定制领域的大型供应商平台 RCMTM,用规模工业化生产满足了个性化需求。但一直被业内“诟病”的短板是红领线下的“O”,也就是线下的渠道缺乏。线上订单始终绕不开一个环节:量体。如果没有经过培训的量体师傅测量身体数据,一切都谈不上。

两者所拥有的是彼此最需要的。方琴买下了红领旗下的一个名为凯莱乔治的独家代理权。为什么选择这个品牌?“因为没有线下实体店和加盟商,所以我们这里可以全权掌控定价,不会有什么利益冲突。”方琴说。据悉,这一系列的定价在 2000~5000 元不等。

除了红领,衣邦人为了扩充自己的产品线,未来还打算与浙江的一家羊绒衫厂以及广东的一家皮具公司合作。“这两家都是在业内拥有十年以上经验的生产厂家。这也为定制的品质提供了保证。”方琴称。

三年计划完成 20 个亿

据悉,在衣邦人三年规划里除了计划 2016 年的 1 个亿的成交额外,2017 年将是 4.5 亿元,到 2018 年将达到 20 个亿。“我们 2016 年会完成重点城市的自营布局,覆盖 20 个以上的城市,2017 年覆盖 40 个城市,到 2018 年预计购买用户达到 100 万人次,覆盖 60 个以上的城市并进入日本的境外市场。”

方琴的信心基于她的公司背后有雄厚的资金支持。据称这家公司在创立三个月之内就获得了两轮千万级投资,其中一笔来自阿里巴巴的天使投资人、前 CTO 吴炯。

有了钱,方琴打算在不久后大规模展开营销宣传。“我知道,同类经营模式的公司已经有不少,所以必须迅速占领市场。”衣邦人的三四线城市经营思路是找当地有实力的加盟商来合作。以河南驻马店为例,衣邦人在当地的合作商是王守义家族。

方琴说得没错,她的对手还真不少。撇开那些小打小闹的独立店,传统的服装业大佬也已经意识到了服装定制的发展潜力。

比如报喜鸟的董事长吴泽志早前就宣布进军私人定制这一领域,推出全品类定制,让消费者在网上预约,并自主选择面料、工艺、款式等,提供 72 小时内量体师上门服务,消费者 15 天后就能收到定制服饰。他在接受媒体采访时表示:“在成衣业务总体销售下降的情况下,我们私人定制这一块的销售额快速增长,这充分说明定制服装市场潜力巨大。”

毫无疑问,定制的最大好处是,企业不用担心库存问题。通常来说,服装制造业中如果拥有 1000 万的产量,往往就有 400 万的库存,出清率不高。“我们最鼎盛的时候一共有 150 多家线下的门店,现在慢慢开始调整线下的零售店铺。”红领集团副总裁龚文在接受记者采访时表示,定制的优势就在于接到多少订单工厂做多少货。“这样一来,我们就不用担心库存问题了。”

另一个问题是,像衣邦人这样的互联网公司会从传统定制企业手中抢占客户吗?目前看来还为时过早。像林明山的海彦所针对的人群依旧是金字塔顶端的客户,他们更倾向于独一无二、上乘材质、精湛手工以及专属设计师。不过,海彦也在组建自己的专业团队运营互联网平台,和衣邦人不一样,它并没有抛弃实体店,而是希望原有的实体店发挥更多的线下体验功能。