



环亚关注

PAMRI EXPRESS

2015.1 总第104期

中国汽车工业协会12日发布数据，2014年我国汽车产销量双双突破2300万辆，连续第六年位居全球第一。

统计显示，2014年我国汽车产销2372.29万辆和2349.19万辆，同比增长7.26%和6.86%；其中，乘用车产销1991.98万辆和1970.06万辆，同比增长10.15%和9.89%；商用车产销380.31万辆和379.13万辆，同比下降5.69%和6.53%。

新能源汽车表现抢眼。统计显示，2014年新能源汽车生产7.85万辆，销售7.48万辆，比上年分别增长3.5倍和3.2倍。

中国汽车工业协会和国家统计局景气中心共同跟踪监测的汽车行业景气指数显示，2014年四季度汽车行业景气指数为100.1，较上季度略降0.2点，表明汽车行业运行状况较为平淡，而总体来看，汽车行业增长已经呈现放缓趋势。

敬请关注本期《环亚关注》！

内容摘要

■ 研究

浅析FLY-IN调研的利与弊

FLY-IN 调研方式的优势与挑战

■ 分享

上门保养模式或成为汽车后市场新增长点

我国汽车产销量双双突破2300万辆 连续六年全球第一

中国汽车工业协会1月12日发布数据

2014年我国汽车产销量



Hot Words

●climate index

景气指数

●agricultural modernization

农业现代化

●GM technology

转基因技术

●public awareness

公共意识

敬请登陆环亚网站 <http://www.pamri.com> 浏览更多详细信息

浅析FLY-IN调研的利与弊

关键词：实车测试、FLY-IN调研

产品的成败最终决定于消费者是否接受，因此产品测试对企业来说有重要意义，也就成为市场研究中重要的一个课题。对于汽车企业而言，实车测试是在新车型上市前必须要进行的一个测试环节。

实车测试主要分成两种形式：

- 传统调研-车辆移动 • 多地执行
- FLY-IN 调研-人员移动 • 一地执行

与传统的调研方式相比，FLY-IN 调研方式具有以下优势与挑战：

FLY-IN调研的优势与挑战



- **降低风险**-车辆不用移动，避免了车辆在移动过程中车辆损坏或新车型信息泄露等未知风险
- **展车数量**-一辆展车即可
- **省略车辆运输环节，执行时间缩短**-由于不需要车辆在执行城市间移动，大量节省了车辆在路上运输的时间
- **样本可控性强，访问成功率高**-到达测试城市前，访问样本均经过至少2-3轮甄别，因此100%符合调研要求；同时被访者愿意远距离参与调研且在一地能够集中管理，因此配合度较高

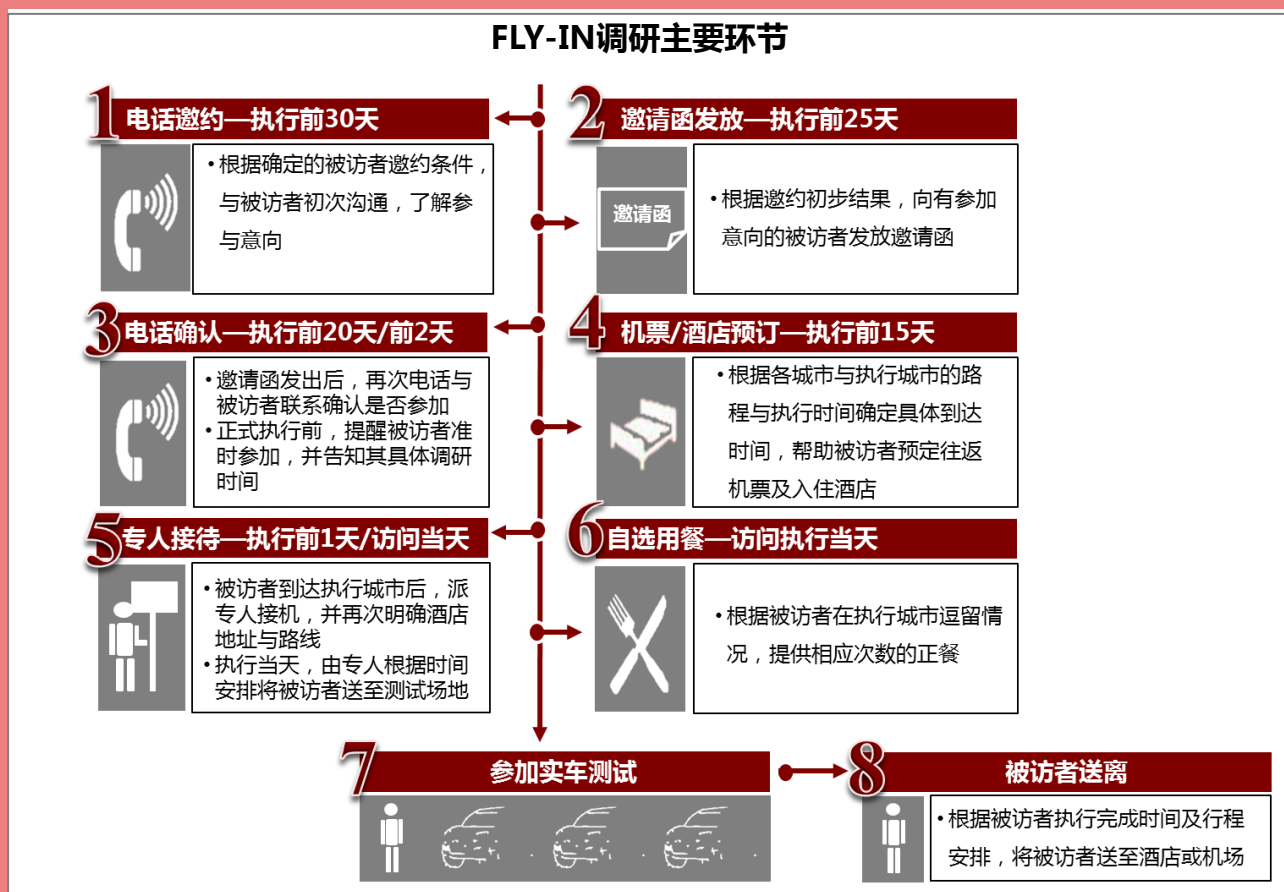


- **邀约困难**-被访者会因路途遥远而放弃参加调研
- **成本较高**-需要负担较高的路费、食宿费等费用，并且礼金费用相对更高
- **用户风险**-增加了人员在往返过程中不可预知的风险，无法避免交通工具的延误或其他意外对项目进行的影响
- **组织任务重**-增加了被访者行程安排、机票/酒店预订等接待环节的工作，需要有系统完善的组织流程和较强的组织能力



浅析FLY-IN调研的利与弊

除核心的实车测试环节外，与传统调研相比，FLY-IN 调研还有大量的组织和接待工作，因此对于执行方的管控和协调能力有较高要求：



受到项目费用高、组织规模不宜过大等因素影响，FLY-IN调研对于样本选择具有更高标准。通常选择行业或细分市场中的典型用户、大客户或高端用户，其观点能够代表其所处市场的需求，同时通过该活动，能够让用户真切体验到企业的实力与服务，实现好的口碑传播效果。

浅析FLY-IN调研的利与弊

传统调研方式尽管在执行中省去了大量的组织和接待工作，同时在降低样本邀约难度和项目成本方面具有一定优势，但由于车辆需要在不同城市间移动，同样需要面临车辆运输过程中车辆损坏或新车信息泄露，整体执行时间相对较长等问题。

因此，对于实车测试到底应该选择哪种方式进行，需要企业和调研公司综合调研目的、调研样本、项目预算、项目周期、执行难度等多方面因素而最终确定，以达到最终期望的调研结果。

• 更多信息，请联系：

赵秋娜 汽车研究事业部

Tel: (86 10) 67160521 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: zhaoqiuna@pamri.com

上门保养模式或成为 汽车后市场新增长点

关键词：上门保养、汽车后市场

2014年汽车行业什么最火？上门保养毋庸置疑凭借市场的高度认可成为年度汽车行业最热关键词。自2013年以来，汽车上门保养企业以史无前例的速度冲击着市场，仅2014年8月一个月，市场上就陆续出现了8家汽车上门保养企业，其中博湃养车、E保养、摩卡汽车都是获得千万级风投的上门保养汽车企业。市场刚起步，就进入激烈竞争期，每家企业都在各显神通。

根据中汽协预测的数据显示，到2020年国内汽车保有量将达两亿辆，在亿级的汽车保有量背后是一个千亿的汽车后市场。

在整个后市场的细分市场中，像洗车O2O、保养O2O、二手车O2O已成为国内众多互联网创业者切入后市场的选择。随着资本市场对汽车后市场项目的关注，越来越多的人开始关注这个略显陌生的行业。

注：O2O即Online To Offline（在线离线/线上到线下），是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台，这个概念最早来源于美国。O2O的概念非常广泛，既可涉及到线上，又可涉及到线下，就可通称为O2O。

上门保养模式或成为 汽车后市场新增长点

大部分用户对于O2O模式可能还很陌生，连O2O是什么都不清楚，因为听起来是个很复杂的事情。但是，如果结合汽车行业，把它翻译成“你能在网上抢购更便宜的车”；翻译成“你可以坐在家里打一个电话就能有人上门把你的车洗干净，然后你微信支付就好，根本不用开车去外面等着人家洗完再擦干”；甚至翻译成“你按一下手机的键盘，就能把车停在家或者公司停车场完成半年保养的麻烦事，把机油换了，该清洁的清洁了”，那么你就会瞬间对O2O这个词充满感情。即使你是一个在新事物上往往无动于衷的“白痴”。

与4S店的对抗与并存，合作也是一种生存的方式。

养车O2O，看起来很美好，但实际上面临很多挑战。首当其冲的便是和传统而强大的汽车4S店之间的竞争。鉴于目前的市场环境，谈颠覆还为时过早。但从汽车O2O诞生的第一天起，它便注定要和4S店进行一场PK。

据卡拉丁总经理贾纪平介绍，通常4S店都有客单价要求，所以与导流平台合作引流到店后，诱导消费非常严重。目前国内汽车后市场诱导消费的过度维修比较严重，导致车辆寿命减短，很难出现国外的“老爷车”。

上门保养模式或成为 汽车后市场新增长点

看到4S店这些固有的弊病后,府上养车的CEO章正超则更多考虑的是与4S店的合作。“相对于其他几家上门保养服务,府上养车的优势在于它背后依然有上海地区超过200家4S店做支持。”他认为,后市场O2O不能做得太轻,这也意味着作为一家互联网公司在技术上无法做到一家汽修厂的高度。上门保养受限于工具和场地等因素,对于汽车大修依然无能为力,对于这一点,章正超的做法是将这些业务导流给4S店。依托4S店技术和场地工具上的优势,可以为用户提供较高难度的维修服务。

章在谈到这几年的发展时,坦诚地表示,如果用户的线下服务体验无法得到充分满足,平台口碑将下降;如果服务体验太好,用户的粘性势必由平台转向商家。而府上养车的推出一定程度上解决了这一问题。



上门保养模式或成为 汽车后市场新增长点

未来期望碰撞传统养车市场

按照贾纪平的想法, O2O模式正是他颠覆传统养车市场的重要利器。“新的商业模式颠覆传统的汽车后市场领域, 必须要重新审视市场。”贾纪平认为养车服务的痛点并非是价格不透明, 而是养车服务的不透明。而目前的汽车O2O电商, 如天猫、京东都是售货, 没有自己的线下服务。卡拉丁线上下单, 线下上门服务的O2O模式在养车市场中进行创业, 并通过网格化管理进行效率的提升, 以一辆车为一个服务单元。卡拉丁在服务标准打造上, 确保技师能在45分钟内完成保养, 全程不超过一小时。工具箱标准化, 所有的工具可以放到不同车型的车后。随着卡拉丁的用户量增加, 卡拉丁可以随时扩张, 与线下维修厂相比, 上门服务可以无限制扩张, 且风险较低。

目前卡拉丁在北京已与2家汽修学校进行合作; 另一方面在全国范围内招汽修学校刚毕业的学生进行培养。卡拉丁技师的收入由基本工资、社保和提成构成。在卡拉丁向客户收取的150元服务费中, 大部分会作为提成分给技师。卡拉丁董事长季成曾公开表示: “卡拉丁的目标是让做蓝领的技师获得白领的收入。”

上门保养模式或成为 汽车后市场新增长点

相比于贾纪平,白雪的诉求则相对简单,“我们只想踏踏实实做好自己,为用户带来真正的价值。车极客会为每一个车辆建立档案并补充更新车辆保养信息。这样的数据库一方面为上门工作的师傅提供后台历史保养数据的参照,另一方面也为车极客后期接入汽车保险、二手车等提供信息储备。”同时,车极客团队的维修师傅均由专人面试、培训,在服务技巧、沟通方式等形象工程上下功夫。涉及到小保养所要求的技术门槛实话不那么高深,但在体验上做好就能让用户记住。

在这样变革的时代,无论是传统市场抑或是新兴的O2O企业,相信汽车后市场烧钱大战或许很快会到来。我们也期待着这个行业会在这样激烈的竞争中,变得更加规范与透明。

• 更多信息,请联系:

• 王文利 专项研究事业部

• Tel: (86 10) 67160390 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: wangwenli@pamri.com