

国务院总理李克强9月29日主持召开国务院常务会议，会议决定，一是完善新能源汽车扶持政策，支持动力电池、燃料电池汽车等研发，开展智能网联汽车示范试点。机关企事业单位要落实车辆更新中新能源汽车占比要求，加大对新增及更新公交车中新能源汽车比例的考核力度，对不达标地区要扣减燃油和运营补贴。创新分时租赁、车辆共享等运营模式。各地不得对新能源汽车实行限行、限购，已实行的应当取消。二是从2015年10月1日到2016年12月31日，对购买1.6升及以下排量乘用车实施减半征收车辆购置税的优惠政策。三是加快淘汰营运黄标车，开展清理整顿专项行动。

其中对购买1.6升及以下排量乘用车实施减半征收车辆购置税的优惠政策将有助于刺激小排量汽车消费，从而实现减排目标。据了解，2009年到2011年期间，我国曾实施过1.6升及以下排量汽车购置税减半政策，此次再度实施此政策，将能促进小排量汽车的消费，为普通消费者带来实惠。

敬请关注本期《环亚关注》！

内容摘要

■ 研究

厂商品牌二手车发展困境及建议对策

■ 分享

感悟：在工作中学习



Hot Words

- odd-even car ban 单双号限行
- red alert for air pollution 空气污染红色预警
- alternate-day driving system 交替出行
- small-displacement automobiles 小排量汽车

厂商品牌二手车发展困境及建议对策

关键词：品牌二手车 发展困境 研究对策

摘要：

近年来国内的汽车市场竞争进入了异常激烈的阶段，每个汽车厂商都在竭力寻找新的发展策略，并且同时将二手车市场作为新车市场的延伸和细分进行大力的开发。在这种情况下提出品牌二手车经营业务的开展，是汽车品牌厂商扩大市场，寻求利润增长点的必然要求。与此同时，随着市场竞争日益剧烈，品牌二手车在发展过程中也面临一些挑战，本文是在分析品牌二手车发展困境的基础上提出建议对策，具有深远意义。

随着国内新车市场竞争的日益激烈以及二手车市场的快速发展，汽车厂商品牌二手车以高起点、高标准进入二手车市场，将二手车业务作为推动新车销售，提升品牌残值、促进经销商转型升级的重要战略。厂商品牌二手车在将近十年的发展过程中，从最初的品牌文化营销逐步深入到了二手车领域的实际业务，随着市场与政策的日益更新、竞争环境的不断变化，在发展过程中各厂家在业务定位、发展模式及未来发展方向开始面临一系列的难题与挑战。

厂商品牌二手车发展困境及建议对策

一、品牌二手车的含义

所谓的品牌二手车,是指建立在一定规模的保有量基础上的汽车厂家为了提高其汽车的保值率、巩固用户的忠诚度和提高用户量,进一步完善汽车售后服务领域所开展的二手车业务。国内已经有越来越多的汽车制造商认识到这一广阔的市场,上海通用汽车于2002年率先进入二手车领域,并于2004年8月覆盖全国26个省、46个城市。此后,上海大众、一汽大众、东风日产、一汽奥迪、宝马、保时捷等知名厂家也纷纷进军二手车市场。大众汽车集团甚至将其全球二手车品牌“Das Welt Auto”带到了中国。

序号	汽车公司	二手车品牌	备 注
1	上海通用	诚新二手车	2002 年推出,从 2004 年 8 月 26 日覆盖全国 26 个省、46 个城市。
2	东风日产	认证二手车	从 2003 年开始,目前超过 100 家的认证二手车网点。
3	上海大众	特选二手车	在 2003 年 11 月推出。
4	一汽大众	认证二手车	2004 年 8 月 28 日宣布进军二手车业务。
5	一汽丰田	安心二手车	始于 2005 年,2007 年开始推出 smile 二手车业务,发展至今,一汽丰田的二手车置换认定店已达到 317 家,而 smile 认定店也有 42 家。
6	东风悦达起亚	至诚二手车	2006 年初正式推出“起亚一至诚二手车”业务。
7	华晨宝马	尊享二手车	早在 2003 年就在全球推出尊享二手车业务,到了 2006 年进入了中国市场。
8	东风标致	诚狮二手车	东风标致经过法国标致授权获得其标识的使用权,2006 年结合中国国情选择“诚狮”作为二手车业务的品牌名称。
9	广州本田	喜悦二手车	广汽本田的喜悦二手车品牌在 2007 年就已发布。
10	东风雪铁龙	“龙信”品牌	2008 年 9 月,东风雪铁龙在第十一届成都国际汽车展览会上正式发布了二手车业务品牌“龙信”,并率先在北京、上海、武汉、成都、深圳五地全面启用。
11	奔驰	星睿二手车	奔驰国内的星睿二手车业务始于 2009 年 11 月。
12	一汽奥迪	品荐二手车	奥迪的二手车业务始于 2004 年,“品荐二手车品牌”于 2009 年 11 月正式发布。
13	广汽丰田	心悦二手车	2011 年 9 月 20 日,广汽丰田“心悦二手车”品牌在广州正式发布。同时也宣布了广汽丰田正式进军二手车市场。
14	东风本田	心誉二手车	东风本田的心誉二手车品牌 2012 年 5 月发布。
15	北京现代	首选二手车	2009 年 4 月,现代首选二手车经营有限公司由北京汽车投资有限公司、现代汽车(中国)投资有限公司、北京现代汽车有限公司共同出资建立,是中国二手车市场为数不多的具有大批量置换、收购 整備 翻新 过户、转籍、销售、租赁资质,同时具有新车销售功能的专业化二手车经营公司。
16	大众汽车	Das Welt Auto	Das Welt Auto 是大众汽车于 2010 年 6 月推出的二手车品牌,目前已在德国、日本、英国、意大利等 23 个国家落地,其中德国已有 600 余家特许经销店。

厂商品牌二手车发展困境及建议对策

二、品牌二手车发展的困境

与此同时，品牌二手车在发展过程中也面临一定的挑战。首先，品牌二手车的成本更高。由于规范化经营的原因，品牌二手车无论是建点、装修、人员培养，都需要花费比普通经销商更多的成本，这也就导致了品牌二手车的价格普遍偏高。而对于二手车的消费者而言，价格是个更为敏感的考虑因素，这也就导致了品牌二手车的销量上不去。

其次，品牌二手车收车难的现象更为严重。通常，品牌二手车只经营旗下品牌的二手车销售业务，在市场本身就存在收车竞争的情况下，无疑收窄了自身的车源，而严苛的检查就使得能够顺利通过二手车认证的车源就更少了。

此外，人才短缺也是品牌二手车所面临的一个重要问题。专业二手车人才不仅需要懂汽车构造、技术状况鉴定，还要精通二手车的市场价格。在市场需求逐渐改变的今天，特别是在实行限购政策的城市，新车销售人员过剩更是凸显了二手车人才的短缺。

厂商品牌二手车发展困境及建议对策

三、品牌二手车发展的研究对策

首先，未来汽车经销商的核心业务将会分为四个部分：新车销售、二手车销售、汽车金融及保险、售后和零部件销售。目前，国内经销商的利润来源主要是新车销售和售后及零部件销售两大部分。近年来，随着新车销售利润的急剧下滑，已经有越来越多的汽车厂商将品牌二手车在国外的成功模式带到中国，以期在此方面寻求生机。

其次，在制定二手车营销方案和方法上需要精确考量二手车市场的政策，并且需要积极收集二手车市场信息。

另外，解决诚信问题和沟通问题也是品牌二手车发展的关键因素。二手车业务随着国家政策的不断完善，行业建立二手车价格发布机制，完善二手车法规政策后，必将引导汽车市场向服务链更远端发展。

最后，目前国内二手车市场发展很快，要求品牌二手车经营者需要具备很高的管理水平和营销水平。品牌二手车经营者要提供更多信息体系，构建涉及多品牌二手车检测的评估体系，设计满足消费者愿望的售后服务项目，营造有利的影响消费者的决策环境。像产品质量的保障能力，可信的交易完成过程，强大的售后服务能力，以及对车辆状态的清晰了解，市场理论与推广能力，对于品牌二手车来说这是很好的软实力。

厂商品牌二手车发展困境及建议对策

对于二手车的重要性，大众汽车集团（中国）的二手车业务总监司徒福庆曾用过一个非常形象的比喻：新车与二手车就相当于一个人的“任督二脉”，“督脉”虽然不会直接致命，但长期堵滞却终会导致“任脉”的停滞与瘫痪。所以说，二手车市场的健康发展，是中国汽车可持续发展的重要保障。

四、结论

我国的二手车市场在未来相当长的一段时间里会保持高速的增长。并将出现全国性流通，信息透明，二手车相关法规健全等特点。各个汽车厂商都将二手车市场作为新车市场的延伸和细分而大力的开发。品牌二手车经营业务的开展将会成为新的利润增长点。在强大资本注入下，二手车行业会向着正规化、体系化的经销商模式发展，结束当下二手车市场上的碎片化经营，实现一条厂商、经销商和消费者共赢的发展模式。

• 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

感悟：在工作中学习

关键词：工作与学习

当踏入社会后,书本知识当然也重要,但应该不是最为重要的学习来源,工作过后更多的应该是处理好各种关系：生活和工作的关系，和领导的关系，和同事的关系，个人发展和工作的关系等。同时还要提高各种能力：独立处理工作事务的能力，协调各种复杂关系的能力，安排好自身时间的能力等。要在工作中提高这些能力和处理好这些关系，都不是光靠读书就可以解决的。

学习与工作对每个人来讲，都如同鸟之两翼，车之两轮。人的一生很短暂，这就是为什么你应该提醒自己分秒必争的原因。当生活艰难，痛苦不堪的时候，大多数人都会产生消极的念头。但只要全面审视你的一生，想一想事情很快就会过去，你就能发挥自控力，调整生活习惯，拿出优异表现。请想象一下，当你早晨睁开眼睛的时候，就知道接下来的一天会极具挑战性，你必须在公司领导面前做一次重要的报告。在这种情况下，想一想一切都会过去，就会让你充满动力。

决定你成功与否的，不是你的智商，不是你的成绩，更不是你父母的财产，而是你如何引导自己的思维。这就是为什么下面的问题很有意义的原因：如果他们能做到，那我为什么做不到？

感悟：在工作中学习

审视自己的同时，更要懂得如何做到：

一是要学习工作方法，学会怎样才能把工作干得更好，当出现问题，被领导骂的狗血淋头，造成一定财产损失的时候，问题就不解决了么？回答当然是：NO。不怕在工作中出现错误，要注重总结，尽快调整，从而避免再出现类似的错误。

二是要学习沟通协调的方法，在工作中会接触到层次不同、性格不同的人，要学会如何与他们沟通；学会协调，与同事共同完成工作。一个人的成功，20%靠专业知识，40%靠人际关系，另外40%需要观察力的帮助。可见人际关系是非常重要的。

在沟通协调过程中：

- 1) 尊重对方是前提，既要礼貌文明，又要把握分寸，适可而止。
- 2) 不仅要尊重别人说，还要认真的去听，给予信息反馈。避免一些容易引起反感的小动作。
- 3) 待人还是要讲究真诚和热情，做人就像照镜子，你笑他笑、你哭他哭。沟通中要讲技巧，但光有技巧也是不行的。毕竟日子久了，人心如何，大家心里都清楚。

感悟：在工作中学习

三是要学习团队精神，在一个单位工作，不能把个人利益放在集体利益之上，只有集体发展好了，才会有个人的进步。我们在处理和其他团队、同事沟通事宜时，要善于从对方角度来响应和处理，不能轻易说“不可能”“不知道”“不关我事”（对方希望我们能尽快支撑解决问题，如果听到这些回答该怎么办呢？），要有根有据地分析，全力以赴地解决，不管是判断为非自己负责的问题还是非自己团队的问题，都要耐心细致、有始有终地跟进。只要有合作解决的态度，有主动投入的心态，即使有问题其他人也一般会谅解的。

不要公开传递负面的信息和情绪，这是散发“负能量”；比如经常唉声叹气，或者大吐苦水，或者在要求合作时，轻易地说出“就这么着吧”，“那么急干嘛”等等，有时候你这么说，哪怕是开玩笑，实际上其他人就会这么认为的。

工作不仅在于完成“安排的任务”，更重要的是要表现出自己的各种能力和人生态度！在不断的学习中，衡量自己的表现，分析如何改善自己的表现。我们永远也不知道接下来会发生什么事，但我们的目标就是竭尽全力做到最好！

• 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