

安通天下汽车后市场品牌连锁化成必然趋势

产品名称	安通天下汽车后市场品牌连锁化成必然趋势
公司名称	上海罕尔润滑油有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市奉贤区联合北路215号第1幢4190室
联系电话	400-0217880 13302035139

产品详情

汽车后市场品牌连锁化成必然趋势

截至2017年3月底，全国机动车保有量首次突破3亿辆，其中汽车达2亿辆，全国有49个城市汽车保有量超过100万辆，19个城市的汽车超过200万辆，其中北京、成都、重庆、上海、苏州、深圳6个城市的汽车超过300万辆。预计2017年年底汽车后市场规模将达到10600亿元（不含汽车金融），同比增长21.4%，2019年规模将突破1.2万亿。

市场现状

汽车市场数据显示出巨大的市场潜力，给我国后市场的发展营造了良好的市场环境，也带来了万亿级的市场规模。2016年开始，大型连锁企业的不断涌现给汽车后市领域注入了活力，吸引行业着众多投资人和产业布局者跃跃欲试，带着大量的资金、人才、技术，以及全新的商业模式进入这一蓬勃发展的新兴产业。同时市场虽大，但是市场乱、品牌意识落后、知名品牌不多、产品同质化、创新程度不高等问题也制约着连锁模式的发展。

连锁模式

在汽车后市场细分领域中涌现出一批批不乏优秀连锁企业，如以4S店集团化为代表的有广汇、庞大、广物等品牌，以独立售后市场为代表的有安通天下，华胜、中鑫之宝、集群车宝、小拇指等品牌，以单项目售后市场为代表的有变速箱专修、轮胎修补，汽车的维修、保养和汽车配件供应占据主要市场，不难看出连锁经营已经成为升级换代的主流趋势。

连锁困点

第一、盈利模式

品牌连锁布局必须把盈利模式做成功，也就是首店或片区的连锁运营孵化，才有可能把所有的合作门店做成功，因为最终走到连锁都是需要每个单店要盈利的，或者是绝大部分店都要盈利的。

第二、标准输出

品牌连锁布局的不是几个门店，而是区域市场，是整个汽车市场和汽车后市场的服务产业链。怎样做把非常复杂的问题做到标准化、流程化这是非常重要的。我们看到的像麦当劳也好、肯德基也好，它就是做标准化，当然在不同区域会有差异化服务，或者是在价格上有一些调整，但是最终还是离不开标准化、规范化，统一形象、统一管理、统一培训等整体品牌输出，便于管理运营团队进行门店直控。

第三、人才培育

连锁直营也好、加盟也罢，都是一个在复制的过程，其中人才输出是个根本条件，能否快速地把一个岗位的人才，按照体系或者是员工职业生涯规划，快速地把他打造成我们需要的员工，这是连锁企业运营中一个非常关键的问题。

第四、服务系统

现在很多企业都在做，虽然说是连锁，但是管控能力、服务能力是否能够达到一样的效果呢？比如说在这个门店会觉得服务的客户满意度很好，但是在另外一个店会发现很大的因素，服务的能力取决于门店的员工或者是门店的经营者。最后要想把连锁品牌做到足够大，我觉得我们这个领域还要解决配件供应链的问题，就是配件供应的及时率是一个很大的问题，如果这块能干好的话，连锁企业的发展会做得更好。

第五、品牌打造

市面上产品有很多，但是具有一定品牌知名度的却少之又少。这个主要体现在一些维修企业，比如安通天下，华胜、中鑫之宝、小拇指、集群车宝等，他们在品牌整体信息化、标准化、系统化、流程化运作已经达到了相对成熟的阶段。为此，企业在发展阶段提高品牌的知名度，将品牌打造具有识别性、象征性，让品牌的价值理念得到广大消费者的认同以成为未来发展的新趋势。

安通天下连锁养修认为行业亟待整合，只有不断创新才能有效发展，默守陈规最终将被市场无

情淘汰。2017汽车后市场已经告别单打独斗的时代，连锁化已经成为行业不谋而合的选择。企业应结合自身优势，在口碑的基础上塑造品牌，提高精益化经营管理能力，更好地实现品牌化连锁。