

新聞稿

即時發佈

連絡人：李國傑
職位：高級經理
電話：+852 2852 1243
傳真：+852 2541 3726
電子郵件：wilflee@deloitte.com.hk

連絡人：呂一昀
職位：高級主任
電話：+852 2238 7046
傳真：+852 2541 3726
電子郵件：wlui@deloitte.com.hk

中國汽車經銷商市況持續低迷，經營風險顯著提高

德勤建議車企提升生存能力、創新業務模式

中國，香港 – 2016年6月28日

根據德勤中國最新發佈的《[2016 中國汽車市場風險研究報告-經濟 L 型增長中經銷商的生存能力提升](#)》，2015 年全年，市場下行和政策管制帶來的影響逐漸顯現：一方面，汽車銷量增速明顯放緩，據中汽協公佈資料顯示，2015 年乘用車累計銷售 2114.63 萬輛，同比增長 7.30%，增幅較上年下降 2.59 個百分點；另一方面，德勤最近對汽車經銷商進行的調研結果顯示，83% 的受訪者認為在當前市場比較低迷的情況下，汽車經銷商的整體經營風險較往年有明顯增長。

德勤中國汽車風險諮詢領導合夥人周梓滔分析：「過去兩年，中國汽車市場流通領域增速明顯放緩，2013 年下半年的回暖態勢未能在未來兩年間得以保持。2015 年中國汽車市場產銷矛盾日益嚴重，反壟斷、行業管理法律法規陸續修訂與頒佈，以及競爭愈發激烈的市場環境，令中國汽車經銷商整體營運狀況不太樂觀。汽車經銷商行業面臨整合與業務模式創新，經銷商面臨顯著的合規風險，資金需求及資金成本居高不下，精益化管理能力有待提升，前期快速擴張導致優秀管理人才稀缺等問題。」

德勤調研結果顯示，經銷商盈利能力急劇下降，2015 年全年主要上市經銷商集團平均銷售回報率僅為 1.33%，較過往年度降幅為明顯。根據德勤中國對中國汽車市場最新調研結果顯示：新車毛利大幅下降以及財務費用過高，都是調研中經銷商認為導致經銷商盈利能力下降的最主要因素，佔比分別為 100% 及 93.22%，其他重要因素包括售後毛利下降、業務結構不平衡，及投資者對資本投入的長期回報。

除此之外，汽車經銷商也面臨各種監管風險。由於限行限購政策覆蓋面自 2014 年起逐漸擴展，汽車消費需求被明顯抑制。與此同時，國家加快對汽車市場的整頓步伐、反壟斷調查，以及行業法律法規的修訂與頒佈，使廠商和經銷商各自均面臨前所未有的合規風險。由此預見，國家未來將繼續加強對汽車市場的監管，經銷商若忽略對該類政策的解讀，將承受更高的合規風險。

針對以上問題，該報告就如何提升經銷商績效提出了幾大建議。為提高經銷商本已十分微薄的利潤空間，企業應當積極拓寬融資渠道、爭取有利貸款條件、選擇合理融資方式，並協同內部銷售策略。經銷商更應主動出擊尋找

適合自身的業務發展模式，增強客戶忠誠度，加強跨部門聯繫，從而提升整體盈利能力和抗風險能力。隨著整個汽車流通行業銷售模式進一步創新，專業的數碼化戰略團隊能為其提供量身訂做的數碼化產品，提高客戶體驗。如今越來越多經銷商也在當前危機下意識到績效管理與績效考核的重要性，因而讓財務更有效輸出管理層，讓管理層從投資角度理解績效，成為提升績效的重要方式之一。而經銷商集團更應調整擴張節奏、提升管理水準，並加強資產價值管理。對廠商而言，關注網絡風險，調整管控思路則是重中之重。隨著產銷矛盾愈發嚴重，多個品牌汽車經銷商在價格下跌以及庫存積壓的雙重壓力下，發起停止提車、集體退網、索要返利等維權行動，影響廠商銷售渠道的穩定性，同時也對品牌形象產生了不可估量的負面影響。廠商應加強對經銷商網絡的財務管控，以長期共贏為目標，並根據經銷商的業務發展特點及資源瓶頸，提供具針對性的技術，從而提高經銷商的盈利。

另外，面對以 O2O 模式為基礎的新興業態對傳統 4S 店業務營運的衝擊，德勤中國汽車行業負責經銷商績效變革的總監張旭東補充：「業態的多元性及多樣性是保持市場充分競爭的必要條件。只有在充分競爭的市場中，才能充分提升產業鏈的營運效率及終端需求的滿足。O2O 是對汽車流通領域商業營運模式創新的一次加速。通過 O2O 模式，客戶需求將得到更及時的了解，市場競爭的透明度才得到充分提升，線下實體服務資源從而得到更優化的配置。」他建議傳統的 4S 店應思考該如何把現有營運流程與 O2O 模式進行有機結合，實施數碼化戰略，提升客戶需求感知度、服務滿足度，及全生命週期價值，優化業務營運效率。同時，對於經銷商而言，在整體投資回報明顯不對稱的情況下，裂變與變革似乎勢在必行。而隨著「互聯網+」模式創新的悄然啟動，洗車養護、配件、二手車交易等 O2O 平台興起，吸引大量資金湧入。在這過程中，線下實體汽車經銷商作為服務的供應商，也成為了 O2O 平台能否成功的關鍵要素。隨著流通領域競爭加劇，經銷商將在整車和售後兩大市場面臨激烈的競爭態勢。

最後，周梓滔總結：「2015 年對於中國汽車經銷商而言是市場表現持續低迷、利潤空間進一步壓縮、面對更激烈競爭，及機遇與挑戰並存的一年。在國家政策積極的導向下，剛性需求進一步被釋放，加上新能源汽車受大力推廣，我們應對中國的汽車市場依然抱有信心。然而，經銷商必須努力強化自身的各項能力，制定合理戰略及網絡佈局，才能在如此惡劣的大環境下成功大浪淘沙。」

關於德勤全球

Deloitte (“德勤”) 泛指一家或多家德勤有限公司 (即根據英國法律組成的私人擔保有限公司，以下稱“德勤有限公司”)，以及其成員所網絡和它們的關聯機構。德勤有限公司與其每一家成員所均為具有獨立法律地位的法律實體。德勤有限公司 (又稱“德勤全球”) 並不向客戶提供服務。請參閱 www.deloitte.com/cn/about 中有關德勤有限公司及其成員所更為詳細的描述。

德勤透過遍及全球逾 150 個國家的成員所網絡為財富全球 500 強企業中的 80% 企業提供專業服務。憑藉其世界一流和高品質的專業服務，協助客戶應對極為複雜的商業挑戰。如欲進一步瞭解全球大約 225,000 名德勤專業人員如何致力成就不凡，歡迎瀏覽我們的 Facebook、LinkedIn 或 Twitter 專頁。

關於德勤大中華

作為其中一所具領導地位的專業服務事務所，我們在大中華設有 24 個辦事處分佈於北京、香港、上海、台北、長沙、成都、重慶、大連、廣州、杭州、哈爾濱、合肥、新竹、濟南、高雄、澳門、南京、深圳、蘇州、台中、台南、天津、武漢和廈門。我們擁有近 13,500 名員工，按照當地適用法規以協作方式服務客戶。

關於德勤中國

德勤於 1917 年在上海設立辦事處，德勤品牌由此進入中國。如今，德勤中國的事務所網絡在德勤全球網絡的支援下，為中國本地和在華的跨國及高增長企業客戶提供全面的審計、稅務、企業管理諮詢及財務諮詢服務。德勤在中國市場擁有豐富經驗，同時致力在中國會計準則、稅務制度及培養本地專業會計師方面的發展做出重要貢獻。敬請訪問 www2.deloitte.com/cn/zh/social-media，通過德勤中國的社交媒體平臺，瞭解德勤在中國市場成就不凡的更多資訊。

本通訊中所含內容乃一般性資訊，任何德勤有限公司、其成員所或它們的關聯機構 (統稱為“德勤網絡”) 並不因此構成提供任何專業建議或服務。任何德勤網絡內的機構均不對任何方面因使用本通訊而導致的任何損失承擔責任。