

从“单店”到“集团运营” 从“井喷”到“微增长” 车市“驶入”理性期 展望未来底气足



2021年5月30日,《郑州晚报》将迎来创刊72周年、改版19周年。多年来,《郑州晚报》记录了郑州发展的历史变迁,见证着郑州汽车市场的发展。在郑州车市的发展历程中,汽车界的前辈们前赴后继,进行了艰苦的探索和大胆的实践,从计划经济到市场经济,从4S店兴起到集团化“作战”,从新能源萌芽到无人驾驶初体验,郑州车市取得了有目共睹的成果。同时,也为今后更好的发展积累了宝贵的经验。郑报全媒体记者 谢宽

汽车消费与河南经济并行

1983年,第一辆上海桑塔纳牌轿车在上海汽车厂组装成功,引起了当时一阵“汽车热”。随后带动了我国第一个中外合资汽车生产企业——中美合资经营的北京吉普汽车,以及次年成立的中德合资上海大众汽车有限公司,它们的成立不仅开启了中国汽车产业合资的开端,更是中国建立现代化轿车工业的开始。从那时起,一汽-大众、上海通用、广州本田、东风本田等越来越多的合资汽车公司成立,越来越多的车型进入到河南市场。

河南的汽车消费可以用“突飞猛进”来形容。有数据显示,河南2002年汽车销售量为12.1万辆,其中乘用车销售5.3万辆;2003年汽车销售量为15.3万辆,其中乘用车销售6.8万辆;2004年汽车销售量为20.6万辆,其中乘用车销售8.2万辆;2005年汽车销售量则突破

了25万辆,其中乘用车销售达12万辆以上;河南汽车年销量在以平均每年30%的速度递增。

尤其是在进入2010年之后,河南汽车销量增长速度高于全国平均水平,截至2019年河南汽车保有量达到1620万辆,居全国第三。其中,省会郑州的机动车保有量迅速增加,从2000年的40万辆升至目前的310万辆,仅仅用了19年时间。

这一系列的数字的背后,展现的是城市经济的增长繁荣,是郑州人生活的改变,同样,也印证了郑州晚报在推动郑州人与汽车生活之间,贡献出自己的一份力量。

还记得,“2010郑州汽车之夜”吗?为了让想要购车的郑州市民,不必冒着酷暑顶着骄阳奔波于各个汽车4S店之间,郑州晚报特别举办了一场夏夜车展,让郑州市民在清凉的夏夜中,轻松购车。

汽车经销商从个体走向集团

说到河南汽车市场,首先要说郑州汽车的市场形成。

1999年广州本田厂家率先在国内引入品牌授权的汽车4S专营模式,位于郑州经三路的新港源汽车修理有限公司成为“第一个吃螃蟹者”,获得广州本田品牌授权,在原来的厂房基础上临街改建汽车展厅,郑州市真正意义上的4S店模式也从那时开始。

随着2002年国内车市出现“井喷”,郑州车市正式步入了蓬勃发展的黄金时期,各大品牌各具特色的4S展厅如雨后春笋般矗立在郑州街头。据郑州市汽车流通行业协会统计,从1992年至2007年15年间,郑州汽车市场由

当时的32家汽车经销公司发展发展到476家,有形市场从当时的1家发展到数十家。涌现出了和谐、威佳、新未来、天行健、新纪元、合众、天道等一批大型集团化经销企业。

特别是专注于超豪华车、豪车品牌的和谐集团2013年成功在香港上市,这也是河南唯一的一家本土汽车经销商上市的企业,为河南车市扬眉吐气。

虽然在过去的2020年,汽车经销商遭遇了困境,但对于有韧性的郑州汽车经销商而言,他们改变策略,以提升产品与服务竞争力成为企业立足的核心,利用互联网大数据成为企业经营的手段,重构汽

车产业价值链,寻求新型盈利结构成为企业发展的重点。

不仅如此,在去年困难的时候,威佳集团、和谐、新未来、天行健、新纪元等汽车集团纷纷推出系列活动,用自己的行动,贡献一份力量。

当汽车经销商火热卖车时,郑州晚报愿当其推波助澜推手;而当他们遇到瓶颈时,郑州晚报更愿当其朋友,鼓励他们不忘初心,继续砥砺前行。

还记得,2011年郑州晚报成为轮值主席,主持“2011中国汽车风云榜”评选,郑州晚报与郑州经销商们一同,让中原车市走向全国。

新能源车改变新生活

一家有责任的媒体,就是要肩负着引领郑州人的新生活。

2016年郑州市政府发布了“郑州市人民政府关于新能源汽车推广应用及产业发展的实施意见”,要在2016~2020年,力争全市推广新能源汽车。而在当时,郑州人一直对新能源汽车处在观望之中。

外界对新能源汽车一直有着不同的声音,如公平竞争与补贴政策的问题,汽车产业变革与行业发展规范的问题,充电基础设施建设等方面问题。

面对大势所趋,更带着对新能源行业的肯定,2016年至2018年间,郑州晚报组织了3场大型的新能源车展,从最初的十几家本土新能源车企参展,壮大到近

百家新能源企业,其中涵盖整车、零配件、电池以及充电桩企业。

中国汽车流通协会秘书长肖政三曾表示:“让媒体参与进来,在架起政府、企业与消费者之间桥梁方面,大有可为。在推广新能源汽车方面,仅靠政府引导和企业投入是远远不够的,如果不能在消费者中积极宣传并引起共鸣,其意义难免会打折扣。因此,郑州报业集团作为中部最有影响力的媒体平台,加入到新能源分会中,不仅可以提高传播新能源的认知和普及,而且对推动产业的发展 and 布局有着意义不容辞的意义。”

时至今日,随着全球汽车行业整体向电动化转型,新能源汽车终于成了各家汽车企业的“必

争之地”,非汽车企业也加入到这个火热的“战场”进行布局,其中不乏已经初具规模的企业,并有资深市场入股进行布局,足以看出这部分新晋品牌对于国内新能源市场的看好。

而在品牌上,经过几年的融资和发展,不少新势力的量产车开始集中上市和交付,蔚来、前途、威马、小鹏、合众新能源、电咖、新特等汽车企业已经脱掉“PPT造车”帽子,量产车上市并交付到用户手中。

新能源汽车市场的争夺赛还在进行,中国品牌面对与合资品牌、外资品牌以及造车新势力之间的竞争,市场的淘汰赛已经开始,随着政策的逐渐开放,行业的洗牌也将进一步加快。