

# 助力经销商集团运营与发展论坛

北京·雁栖湖

2018年5月

# 经销商盈利水平及运营指标 差异化分析



# TOP100 - 卓越运营平台



# 综合评价体系

## 综合能力评价体系

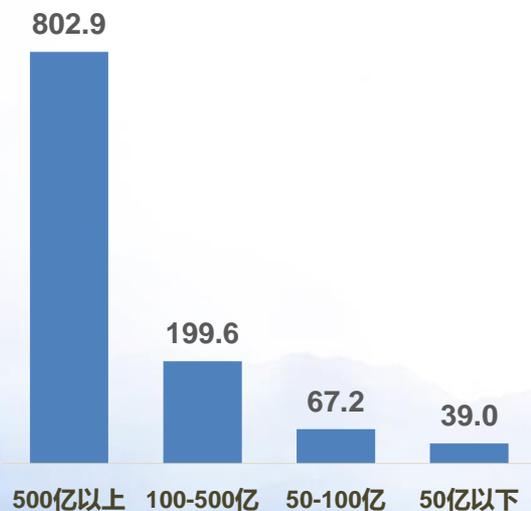
	总体	新车销售	售后服务	消费信贷	新车保险	精品	二手车	保有客户	人员效能
规模性指标	营业总收入	新车销售收入	售后服务收入	消费信贷收入	保险收入	精品收入	二手车毛利	基盘客户总数	人均收入产值
盈利性指标	净利润率	新车毛利率	售后毛利率	万元单车毛利	万元单车毛利	万元单车毛利	二手车销售毛利率	客户忠诚度	人均毛利贡献度
风险性指标	非新车收入占比	库存系数	零服吸收率	贷款渗透率	保险渗透率	精品渗透率	二手车置换率	客户流失率	员工流失率

# 分环节详细指标分析 - 总体

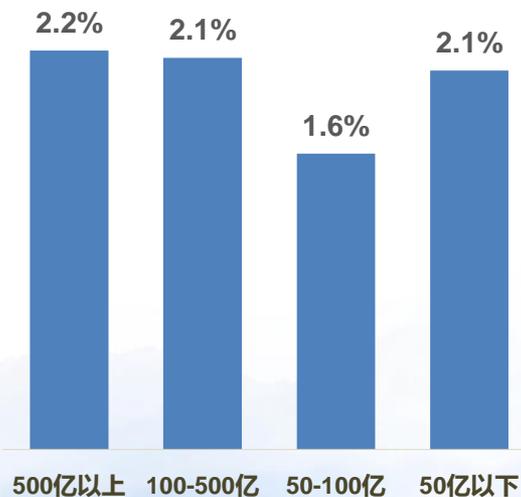
- 500亿以上集团的净利润率最高，50-100亿集团的净利润率最低
- 100-500亿集团在非新车收入占比的表现占优

平均营业总收入

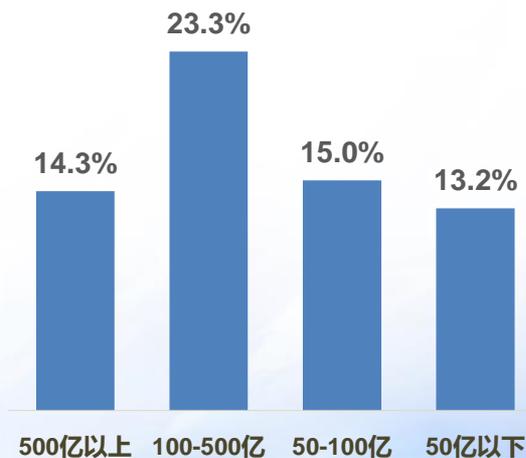
单位：亿元



净利润率



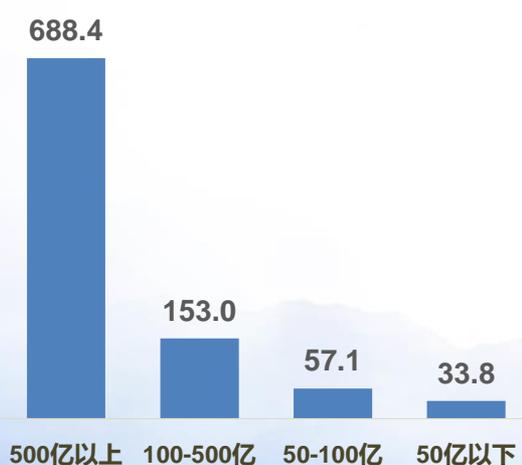
非新车收入占比



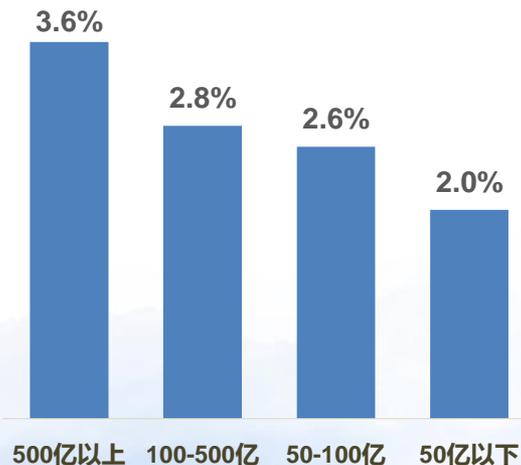
# 分环节详细指标分析 - 新车销售

- 500亿以上的经销商集团，在新车销售环节的规模效应明显，新车毛利率 (GP2) 遥遥领先

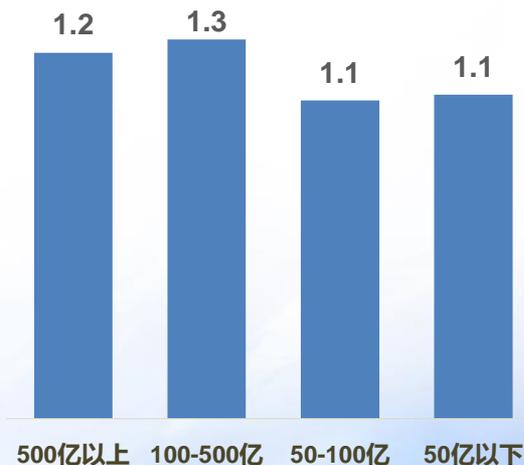
平均新车销售收入  
单位: 亿元



新车毛利率 (GP2)



库存系数

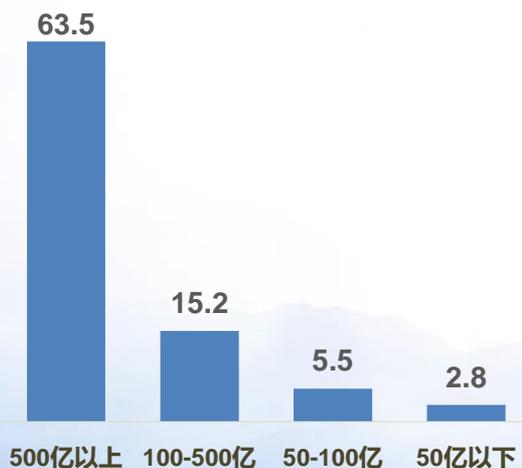


# 分环节详细指标分析 - 售后服务

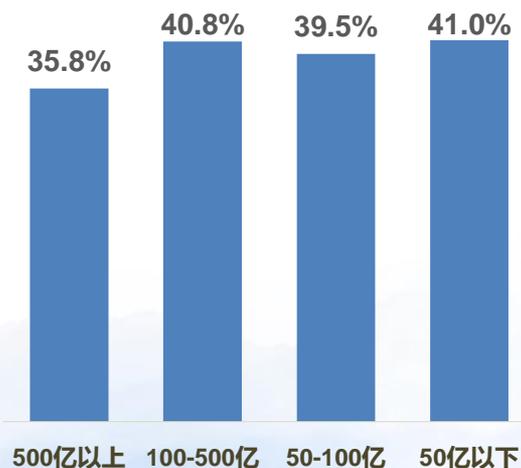
- 50亿以下的经销商集团，在售后服务的盈利能力占有一定优势，售后毛利率及零服务吸收率均高于其他规模的集团

平均售后服务收入

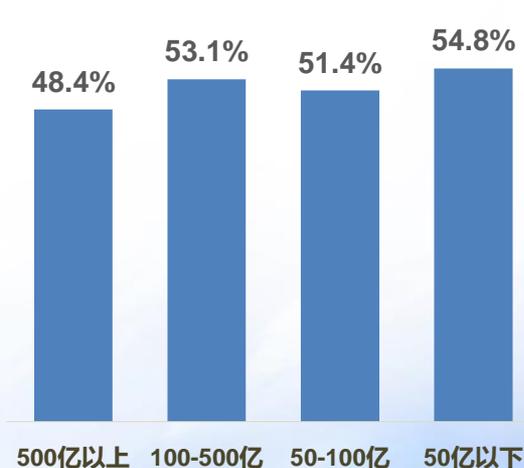
单位：亿元



售后毛利率



零服吸收率

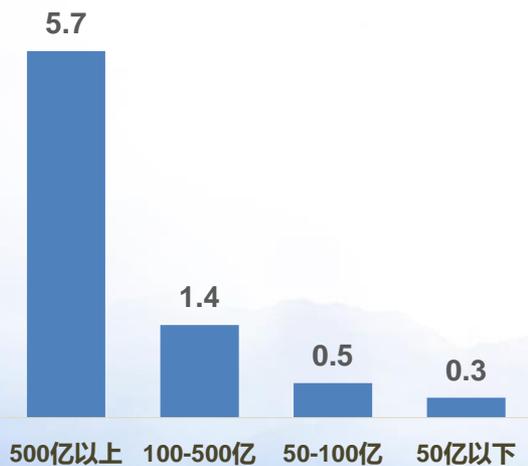


# 分环节详细指标分析 - 消费信贷

➤ 500亿以上的经销商集团贷款渗透率最高，但其万元单车贷款毛利最低

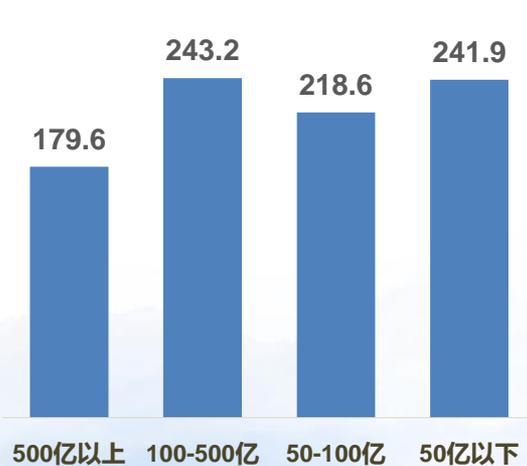
平均消费信贷收入

单位：亿元

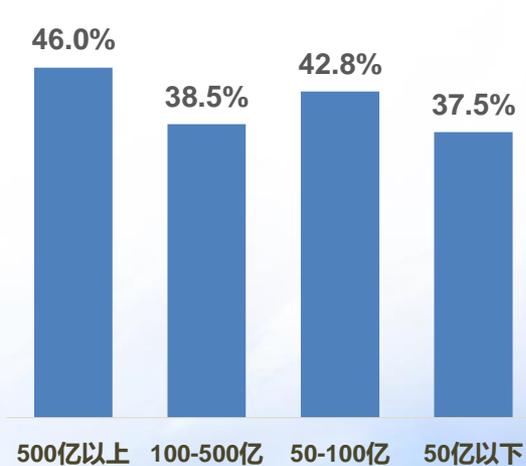


万元单车贷款毛利

单位：元



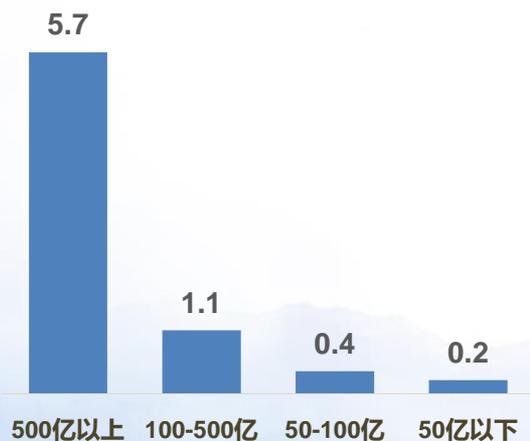
贷款渗透率



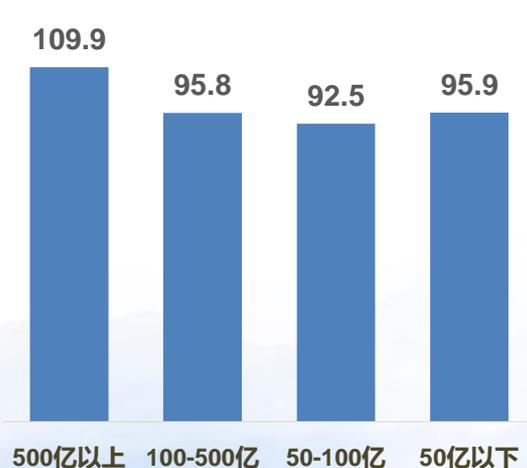
# 分环节详细指标分析 - 新车保险

- 各规模集团的新车保险渗透率均在70%左右，仍有一定提升空间
- 500亿以上经销商集团的万元单车保险毛利最高，其余规模集团均在90元以上

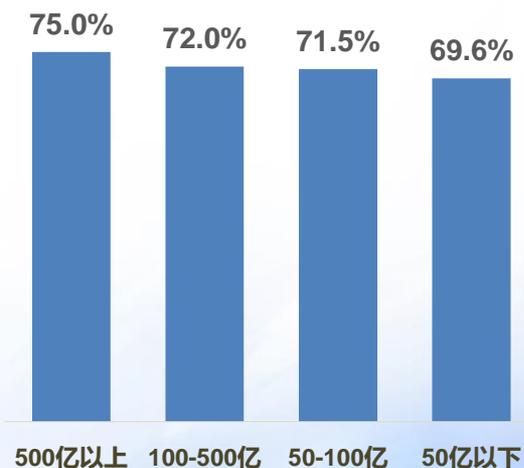
平均新车保险收入  
单位：亿元



万元单车保险毛利  
单位：元



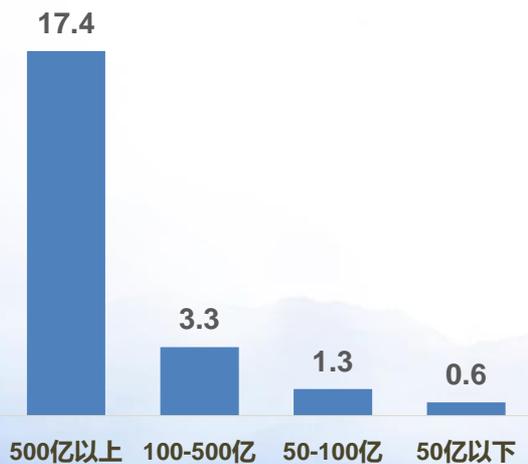
保险渗透率



# 分环节详细指标分析 - 精品

- 500亿以上集团的精品业务盈利能力最强，其万元单车精品毛利及精品渗透率均是最高

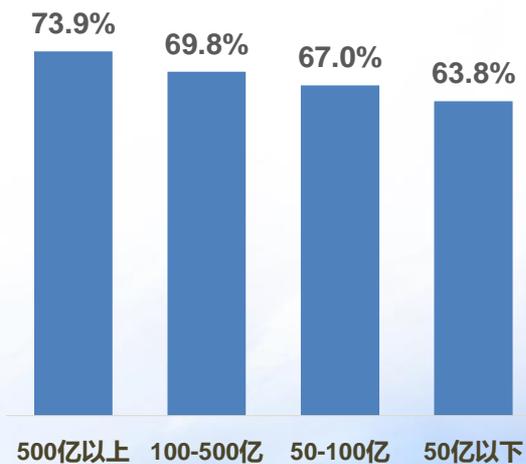
平均精品销售收入  
单位：亿元



万元单车精品毛利  
单位：元



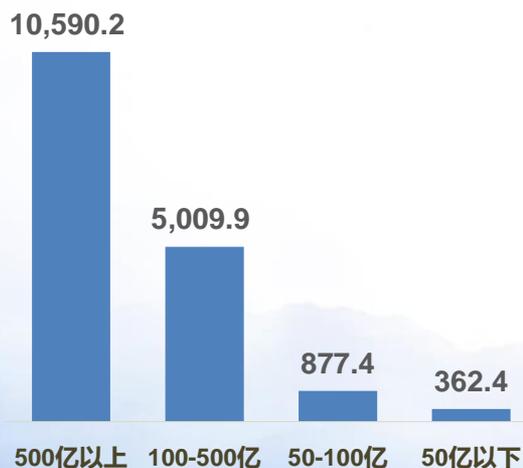
精品渗透率



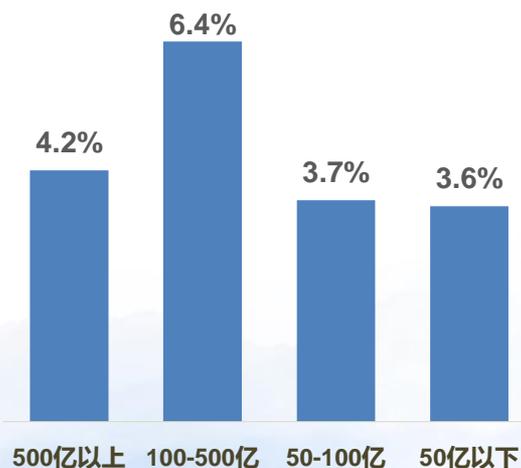
# 分环节详细指标分析 - 二手车

- 大集团对二手车业务的发展越来越重视，业务规模也较大
- 100-500亿集团的二手车盈利能力较强，二手车销售毛利率6.4%

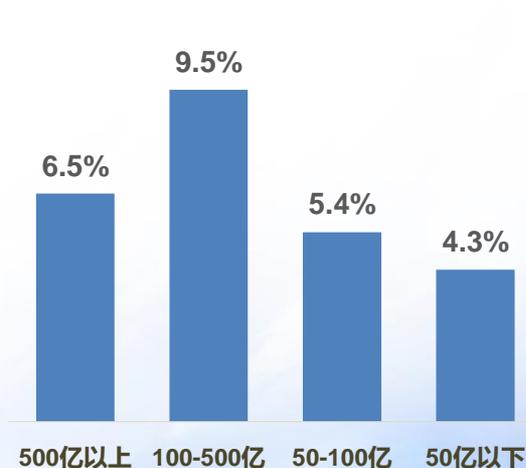
平均二手车销售毛利  
单位：万元



二手车销售毛利率



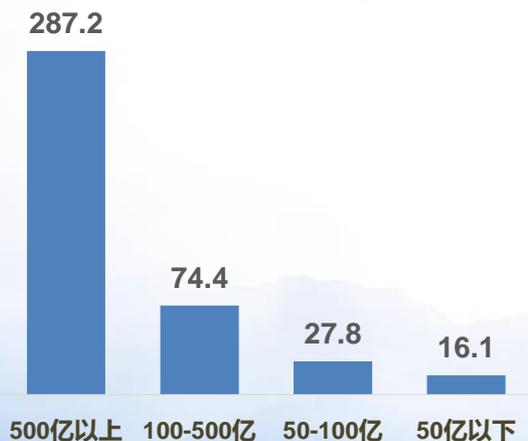
二手车置换率



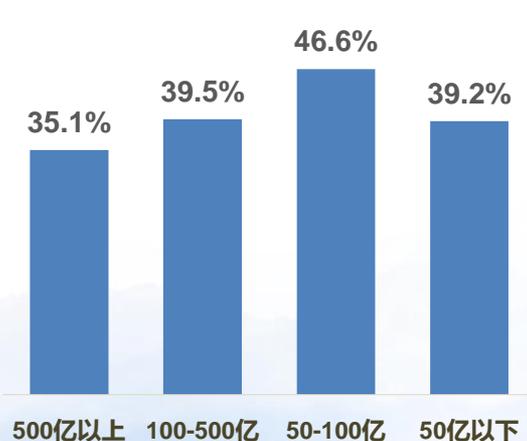
# 分环节详细指标分析 - 保有客户

- 50-100亿集团的保有客户管理能力较高，客户忠诚度最高，为46.6%；其客户流失率为29.9%，也相对较低

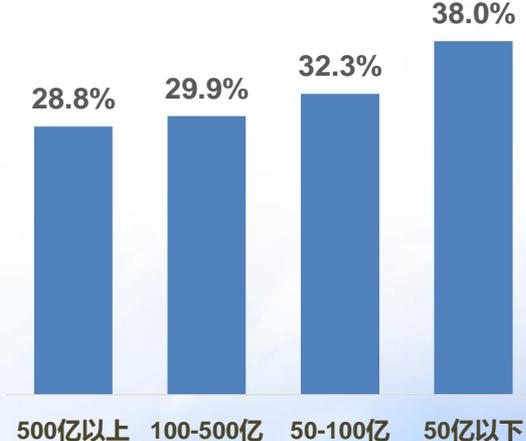
平均售后基盘客户总数  
单位：万个



客户忠诚度



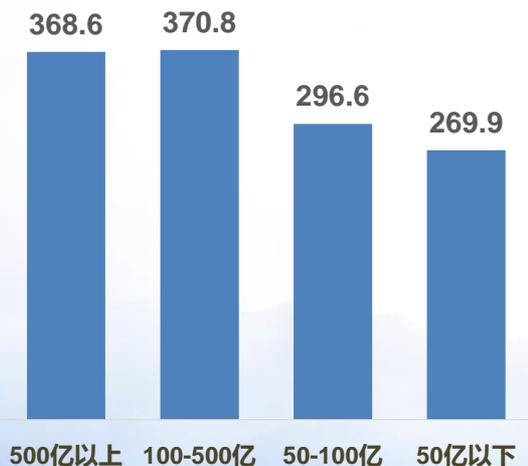
客户流失率



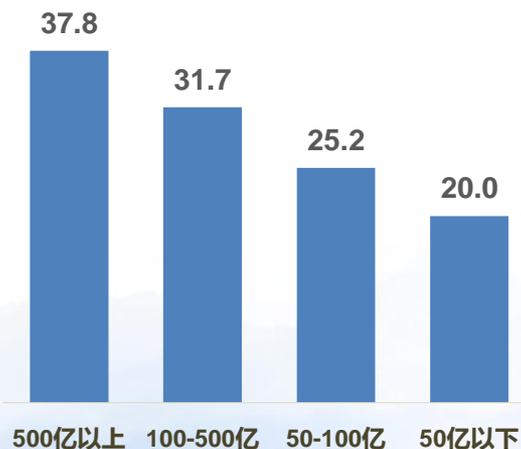
# 分环节详细指标分析 - 人员效能

- 500亿以上集团人员效能较高，但其员工流失率也最大
- 100-500亿的集团表现相对均衡

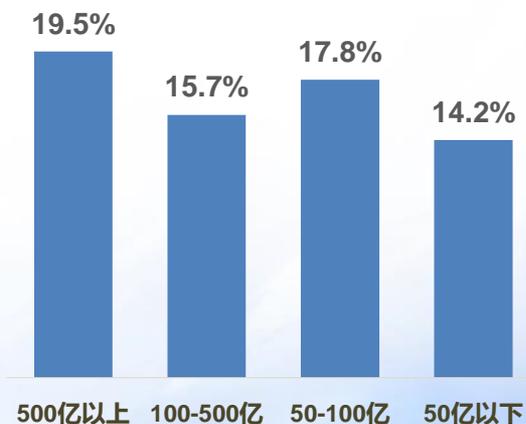
人均收入产值  
单位：万元



人均毛利贡献度  
单位：万元

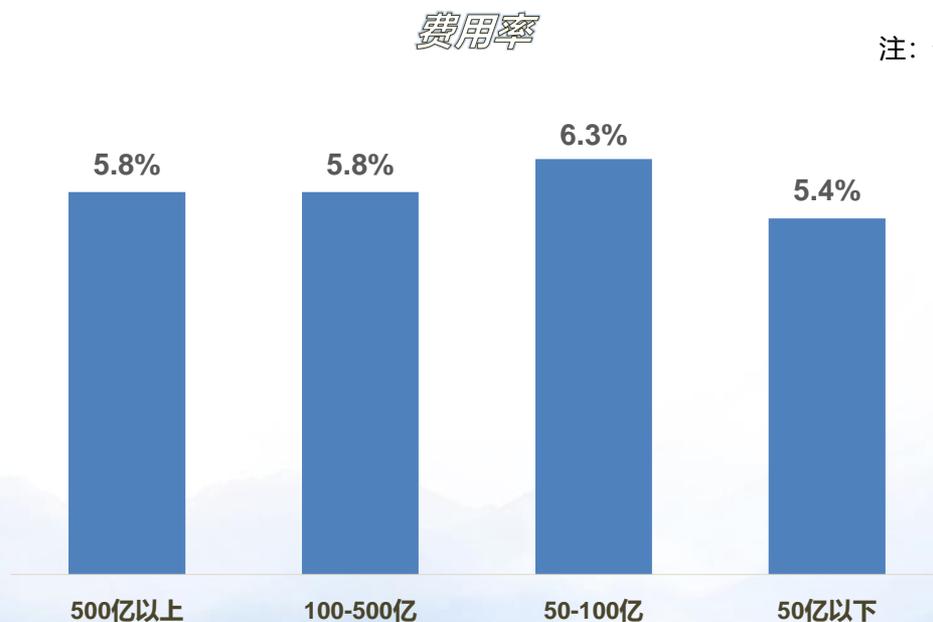


员工流失率



# 费用率分析

- 50-100亿集团的费用率最高，是导致净利润率低的主要原因



# 谢 谢

