

车店倒闭元年的崛起之路



进化，或者死亡

Evolve, or to die

Version 1.2

2015.10

豪客

风云单车 创始人

破风骑行 联合创始人

8天川藏极限挑战 创始人



北京市海淀区

中关村东路89号恒兴大厦10H

Email: haoke@fengyunbike.com

QQ: 185452

微信: 185452



为了人身安全

说好了，咱是斯文人



车店倒闭元年

- 不管你信不信，很多车店已经倒闭
- 将会有更多的车店消失



车店倒闭元年（续）

- 目前生意还不错的车店，也有危险。如果不改变，明年就会生意难做，后年就会口口口.....（此处作者略去若干字）
- 没有几把刷子的品牌，也将面临倒闭



车店倒闭元年（续2）

PConline 手机频道

诺基亚微软终走在一起

一个时代的结束？

杂谈



2015年4月25日，诺基亚现任 CEO 约玛·奥利拉在记者招待会上公布同意微软收购时最后说了一句话：“**我们并没有做错什么，但不知为什么，我们输了。**”

——这段话未必是真的

车店倒闭元年（续3）

- 车店没有做错什么，只是没有做对而已
- 前狼后虎，你还在把单车当瓜子卖
- **思考题：单车与瓜子有何不同？**



车店倒闭元年（续4）

- 不思进取，是车店倒闭的根本原因
- 回顾一下：除了进货、卖货，你还干了些什么？

车店倒闭元年（续5）



还存有侥幸心理？

提示：看看电脑专卖店的现状。

知己知彼

- 自行车销售业正面临一个重大转变



1996

传统车型

销售整车
少量配件
故障维修



2008

运动车型

销售整车
配件
DIY初期
维护保养



2012

运动车型

销售整车
配件
DIY高峰
维护保养



2014

品牌竞争

销售整车
配件
DIY低谷
维护保养
高端定制



2015

转型元年

互联网冲击
利润下降
必须转型

知己知彼（续）

- 知己知彼，传统车店的四大优势在消失

传统车店 vs 互联网

信息服务

基于供求关系不对称，车店能帮助厂家找到顾客，也能帮顾客找到厂家

互联网让信息公开透明
信息不对称成为历史

资金和渠道服务

基于传统的“厂家—代理—经销商”模式，需要押入一定的资金

消费者与厂家直接交易
传统渠道不再重要

物流服务

提前备货，可现场看货，可立刻提货

厂家直接销售，车店的物流职能不再是关键因素

技术服务

维护保养，DIY，组织活动

互联网无法取代面对面的服务
该优势仍然存在

崛起之路



有破就有立，倒闭元年也是崛起之时

七嘴八舌：你说应该怎么办？

崛起之路（续）



屈原说过：“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。”

讨论题：何为上？何为下？

崛起之路（续2）

设备生产

互联网

实体车店

消费者

上，就是互联网。

下，就是消费者。

向上，深度结合互联网

向下，做好赚钱的服务

崛起之路（续3）

讨论题：开淘宝店算不算互联网？



崛起之路（续4）



算，但层次太浅，门槛太低。

互联网并不只有淘宝、京东、亚马逊。

自行车深度结合互联网的平台将会是车店的朋友。

思考：饭店为什么不淘宝？

崛起之路（续5）

讨论题：哪些服务可以赚钱？

维修
保养

周末
活动

单车
出租

个性
定制

Fitting

单车
旅游

竞技
比赛

专业
导购

知识
课堂

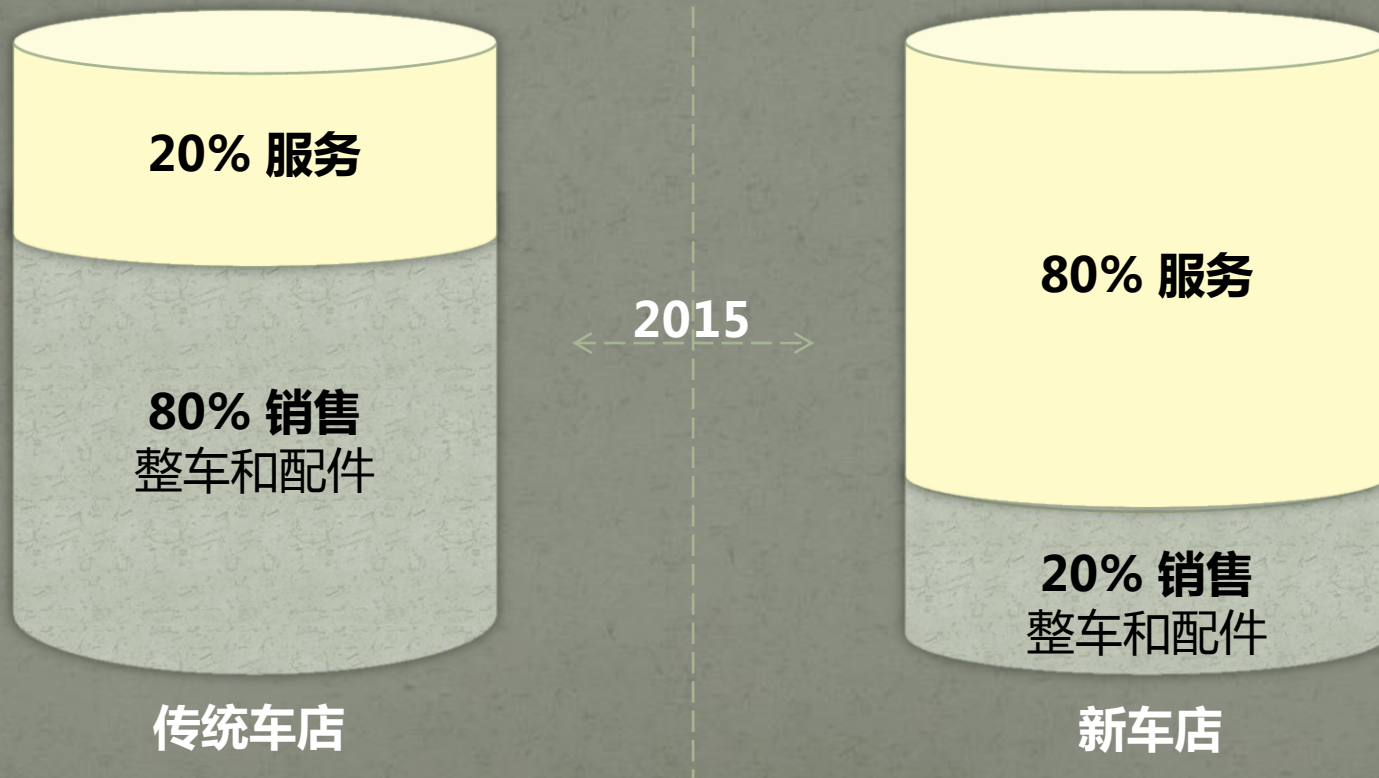
沙龙
座谈

高端
寄存

.....

崛起之路（续6）

- 传统车店的利润构成需要重新规划



崛起之路（续7）

Level 3 规模经济 (竞争力强)

依赖互联网，提供创新服务，有专家指导，有全国资源和流量，可快速发展

Level 2 店铺口碑 (竞争力中)

依赖老板的魅力，需多年积累。酒香也怕巷子深，创新难，资源少，资金短缺，发展慢

Level 1 地理位置 (竞争力弱)

依赖地理位置，如果旁边再开一家车店，该优势将消失

未来服务型车店的竞争力层次模型

崛起之路（续8）

- 开放的心态，合作的姿态
- Good good study, day day up
- 脚踏实地做好服务
- 要么整合，要么被整合

Thanks & FAQ

进化，或者死亡

Evolve, or to die



欢迎车店入驻破风骑行

全国连锁单车租赁网络

<http://www.pofeng.com.cn>

