

# 宏观经济形势与消费升级背景下汽车后市场发展

## 提纲

王传宝教授

时长：0.5 天

**培训目标：**熟悉世界经济走势和我国经济中长期趋势，才能正确判断和看待当前经济形势，进而判断企业在未来如何抉择。讲座“有趣、有理、有用”，图文并茂，学员可以直观感受经济发展趋势。理论与实际相结合，学员可以在知其所以然的基础上，进而知道未来的必然。帮助学员及时了解中国宏观经济发展的现状和趋势，初步掌握宏观经济分析的理论工具，并能够与学员的业务实践结合起来加以分析和运用，更好地助推工作，应对消费升级背景下汽车后市场面临的机遇与挑战，更好地实现企业未来转型与发展。

时长：0.5 天。可根据客户要求调整课纲

以题目为中心设计课程内容，课纲逻辑脉络清晰，罗列听众最感兴趣的内容，用逻辑主线将“珍珠”串起来，提供“自助餐式菜单”，可根据客户培训需要和时间要求，调整课纲。

## 课程提纲

### 一、世界经济新平庸与世界经济周期波动

#### 1、世界经济新平庸

——雪上加霜：2020 年新冠疫情对世界经济的影响

#### 2、世界经济周期与新工业革命

——全球长波周期划分（康得拉季耶夫周期）

——工业革命、技术变革与城市化

#### 3、世界经济进入“三低两高”，货币极大宽松，降息潮来临

#### 4、特朗普的“乱拳”与拜登的新变化

## 5、“灰犀牛”与全球大变局初显

## 二、中国经济能否走出中等收入国家陷阱

### 1、宏观经济分析的基本框架：总需求与总供给

### 2、经济增长的决定要素

### 3、需求三架马车分析

#### (1) 消费

#### (2) 投资

#### (3) 出口

### 4、供给侧分析

#### (1) 人口问题：未富先老

#### (2) 资源环境问题

#### (3) 科技创新问题

### 5、防止陷入“中等收入国家陷阱”

### 6、“十四五”规划建议预示中国未来深刻变革

### 7、经济增长的三大动力来源

——城镇化没有完成

——中西部地区的后发优势

——消费结构升级

### 8、近年中国出现的几个重要拐点

### 9、中国经济出现“四大分化”

### 10、对我国未来经济增长的基本判断

## 三、经济新常态下实体经济、汇率、房产、股市等经济热点问题

## 题

### 1、如何判断经济态势

### 2、实体经济分析

——当前企业面临六大问题

——当前企业面临的五大危机

——企业倒闭潮的四种推动力量

——全球产业链重构

——中国企业外迁主要影响因素分析：中美经贸摩擦、新冠疫情、人民币升值

### 3、房地产、汇率、股市等热点问题

——房地产市场预判

——迷失的房价：高房价杀灭创富梦想（日本的自杀森林）

——人民币贬值

——诡谲的汇率：蒙代尔不可能三角

——生病的股市：个人理性与集体非理性

### 4、人脉就是钱脉

——马云是善于组建关系圈的人

——做一个善于组建关系圈的人

## 四、疫情影响下当前宏观经济形势与 2021 年经济前景预判

### 1、客观判断经济发展趋势

### 2、克强指数看经济冷暖

### 3、PMI 指数解读经济现状

### 4、从 PPI、CPI 看通胀/通缩隐忧

5、当前经济工作的重点：“六稳”和“六保”

6、谨防金融风险

7、2021年经济前景预判

——疫情的短期影响与长期影响（如果世界疫情继续蔓延，结果将更加复杂）

## 五、债务危机与金融风险

1、全球债务飙升

2、全球货币宽松

3、牢牢守住不发生系统性风险底线

4、警惕区域性金融风险蔓延

5、地方政府债务风险

6、企业债务风险

7、部分中小银行面临破产清算威胁

8、疫情提高商业银行不良贷款比率

9、郭树清：疫情加剧商业银行资产劣变的速度

10、谨防“明斯基时刻”到来

## 六、消费升级背景下，汽车后市场的未来转型与发展

1、新理念：用“三大变革”推动中国经济“高质量发展”

——中国目前不是商品和服务“有没有”的问题，而是“好不好”的问题

2、抓住中国的消费结构升级的机遇

——三大件的变迁

——消费结构升级

——经济增长与消费结构升级的机制

——新的需求越来越个性化

——细分市场：差异化需求、个性化需求

3、中产阶级和先富群体愿意为高品质生活付费

——中国城市人口越来越多

——中国中产阶级人口越来越多

——十九大报告提出：人民的美好生活需要

4、培育新市场，满足人民日益增长的美好生活需要：学乐康安

美

——通过促进传统五大需求“吃穿用住行”升级

——培育新五大需求“学乐康安美”

5、汽车后市场未来发展的新机遇

——巨大的汽车拥有量预示汽车后市场的巨大需求（规模越来越大）

——中国经济高质量发展预示汽车后市场“黄金发展期”

——消费升级预示人们需要汽车后市场

——新零售带来汽车后市场的新机遇

——科技、网络助力汽车后市场的发展

6、汽车后市场未来发展的新挑战

——汽车销量下滑

——中美贸易战影响收入和消费

——经济增速下滑影响收入预期、消费信心，降低消费欲望

——政策多变：比如二手车政策，部分地区提前推行国六标准

- 新零售带来汽车后市场的新挑战
- 科技、网络挑战汽车后市场的发展

## 七、消费升级背景下，汽车后企业的未来转型与发展

### 1、汽车后企业业务探索的对策建议

- 抓住新机遇
- 应对新挑战
- 采用新商业模式
- 应用新技术
- 拥抱新零售
- 重塑新门店：传统门店+线上

——相关公司除了在车膜、配件等实际货物方面获取收益外，还要争取在贸易、服务等方面增加收益。

——品牌为王，商誉为王。

——品牌的附加值高。品牌在全球价值链的高端环节。苹果手机与普通品牌手机

——从做低端、竞争激烈的“红海”，驶入波澜壮阔、乘风破浪的“蓝海”

### 2、企业竞争胜出必靠实力：品质+品牌

——做品牌是汽车后企业盈利模式的升级版

——中产阶级和先富群体愿意为品牌付费

(1) 品质（原料——生产——运输——销售/渠道）——品牌（广告+维护）

(2) 广告：酒香也怕巷子深

(3) 打造品牌，难；毁掉品牌，易

(4) 维护品牌：厂商+经销商队伍，形成合力

——很少有公司做进口贸易商品品牌，主要因为投入太大，风险太大，进入门槛相对很高

——对品牌拥有者而言，一旦品牌打造成功，获益丰厚，时间长久

——对经销商而言，好品牌可以世代传承，为经销商子孙打下致富路（茅台酒，经销商——创富的通道）

(5) 专注做好产品，专注做好品牌

——老干妈，湖畔大学的马铁民种生菜

——浙江实施“四换三名”工程：名企、名品、名家

(6) 坚持品牌打造，坚持市场开拓，久久为功

3、不断改进，每天进步一点点

——褚时健的“褚橙”

——马云、马化腾、刘强东，都是由小变大，由弱变强

**长风破浪会有时，直挂云帆济沧海！**

**祝大家事业顺利，身体健康！**