

汽车

后市场电商模式 与运营

刘军 主编



汽车后市场认识

汽车快修店电商模式

汽车4S店电商模式

汽车美容店电商模式

二手车交易电商模式



化学工业出版社

汽车 后市场电商模式 与运营



刘军 主编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书结合传统营销与互联网电子商务模式,针对汽车后市场电子商务运营,详细介绍了汽车后市场、电商模式、汽车后市场网上商城电商模式、汽车4S店电商模式、汽车美容店电商模式、汽车快修店电商模式、二手车交易电商模式、汽车租赁业电商模式、汽车用品与配件电商模式、汽车保险电商模式等内容。

本书以分类说明的形式进行阐述,最大的特点是分别分析汽车后市场不同业务模式的特点,并说明其发展电子商务的具体运营方式,为汽车后市场服务营销人员提供了一种新的思路和模式。

本书可供汽车后市场服务营销人员阅读参考,也可供汽车4S店的工作人员和管理人员使用。

图书在版编目(CIP)数据

汽车后市场电商模式与运营/刘军主编. —北京:
化学工业出版社, 2015. 4
ISBN 978-7-122-23187-1

I. ①汽… II. ①刘… III. ①汽车-电子商务
IV. ①F766-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第043859号

责任编辑: 辛 田
责任校对: 吴 静

文字编辑: 冯国庆
装帧设计: 王晓宇

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装: 三河市延风印装有限公司
787mm×1092mm 1/16 印张12 字数291千字 2015年4月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 58.00元

版权所有 违者必究



中国汽车后市场网权威专家指出,我国近几年汽车市场发展很快,汽车保有量快速增长。受此影响,围绕汽车使用环节上的服务,如汽车维修、汽车美容装饰、汽车租赁、汽车保险、汽车融资、汽车广告、汽车音响及娱乐系统、汽车旅游、汽车旅馆、汽车电影院,甚至装在轿车里的卫星定位系统、感应式公路收费系统等智能化交通控制系统,都足以在中国形成独立的产业。

中国汽车后市场随着汽车保有量的增长而快速崛起,汽车后市场是汽车产业链中最稳定的利润来源。汽车后市场涉及的业务非常广,包括汽车美容、汽车养护、汽车专业维修、汽车轮胎服务、汽车电子、汽车饰品类、汽车装饰、汽车办公用品、汽车娱乐影音系统、汽车改装、车主俱乐部、汽车租赁、二手车、汽车文化、汽车融资、汽车广告、汽车资讯、汽车培训、汽车电子商务19个主要业务。

随着汽车的普及和人们对汽车服务的认识,汽车后服务市场已经发展到个性化、人性化的阶段。现代汽车消费者更加注重服务过程的体验。面对如此诱人的“蛋糕”,对那些想在这个汽车后市场中分得一杯羹的企业或者个人来说,就必须做好这方面的功课,掌握更多的信息和营销方式,选择一种适合自己发展的品种和模式,开启自己的创业生涯。

随着电子商务的迅猛发展,对于企业或者个人来说,都可以寻找一种捷径,利用互联网进行营销,轻松创业。目前我国汽车后市场正处在互联网营销和移动营销交替并行的阶段,还没有完全步入到移动互联网的阶段,汽车后市场的用户拥有非常显著的互联网时代的特征,而网销平台是目前经销商普遍认为性价比最高的营销方式。

基于此,笔者结合传统营销和互联网营销等模式,编写了本书,给汽车后市场服务营销人员提供一种思路,提供一种借鉴。

本书在编写过程中,获得了汽车4S店、汽车生产厂家培训老师以及许多朋友的帮助和支持。本书由刘军主编,其中参与编写和提供资料的还有李彦军、安建伟、刘明、刘涛、钟文辉、何基树、李敏、李高翔、钟华、钟运光、彭万康、孙小平、张继军、江美华、周胜、江美娜、李登华、孙成、李静、谢健如、张艳红、魏锡强、何志阳、王峰、吴丽芳、杨雯、许华、宋健、李军、彭苗、石敏、万水波、况平、赵辉、刘婷、刘玮、田均平、李欢欢、李志国、宋春霞,最后全书由滕宝红统稿、审核完成。在此对他们一并表示感谢!

由于笔者水平有限,书中不足之处在所难免,希望广大读者批评指正。

编者



第一章

汽车后市场

入门篇 汽车后市场的初步认识.....	002
入门01：汽车后市场的概念.....	002
入门02：汽车后市场的内容.....	002
相关链接01 汽车后市场的19大业务.....	003
知识篇 了解汽车后市场的发展.....	006
知识01：汽车后市场的发展.....	006
相关链接02 中国汽车后市场的发展趋势.....	007
知识02：汽车后市场的五大渠道.....	007

第二章

电商模式

知识篇 认识电子商务.....	010
知识01：电子商务的概念.....	010
知识02：电子商务的内容.....	010
知识03：电子商务模式.....	011
要点篇 了解汽车后市场电商模式.....	013
【行业资讯】汽车业反垄断带来汽车后市场电商发展新机遇.....	013
要点01：汽车后市场电子商务.....	014
相关链接03 汽车后市场如何进行电子商务模式.....	015
相关链接04 汽车后市场电商的发展趋势.....	016
要点02：汽车后市场B2C模式.....	017
相关链接05 无形商品和服务的B2C电商模式.....	018
案例01：e车道——中国汽车后市场B2C商城.....	020
案例02：养车无忧网——自助保养服务平台.....	021
相关链接06 汽车后市场B2C电商网站资讯产品一体盈利模式.....	022

案例 03：车狼网——中国第一家汽车配件在线 B2C 销售网站	022
要点 03：汽车后市场 B2B 模式	023
相关链接 07 汽车后市场 B2B 电商网站推广方步骤	024
案例 04：汽车配件网——B2B 形态的电子商务网站	026
相关链接 08 B2B 电子商务模式的种类	027
要点 04：汽车后市场 C2B 电商模式	028
案例 05：车蚂蚁——汽车后市场 C2B 电商企业	028
要点 05：汽车后市场 C2C 电商模式	029
案例 06：人人车——中国首家二手车 C2C 交易平台	030
要点 06：汽车后市场 O2O 电商模式	031
案例 07：汽车后市场 O2O 电商模式不同平台介绍	033
【行业资讯】争抢后市场，透析淘宝汽车 O2O 战略	034
要点 07：汽车后市场 BOB 模式	036
要点 08：汽车后市场移动电商模式	037
案例 08：车泡网手机 APP——全面汽车后市场移动电商服务平台	038
相关链接 09 汽车后市场移动电子商务的力量	039
要点 09：C2B+O2O 模式	039
要点 10：B2B+O2O 模式	039
要点 11：B2B2C+O2O 模式	040
案例 09：车小弟——汽车后市场手机应用	040

第三章

汽车后市场网上商城电商模式

知识篇 了解汽车后市场网上商城电商模式	042
知识 01：了解网上商城	042
相关链接 10 如何建立网上商店	043
知识 02：了解汽车后市场网上商城	043
要点篇 汽车后市场网上商城电商模式的意义	045
要点 01：汽车后市场 B2C 电子商城系统	045
案例 10：养车团——全国首批大型汽车用品团购网站	045
要点 02：汽车后市场 B2B 电子商城	046
案例 11：中国汽车用品商城网——汽车后市场 B2B 电子商城	046
要点 03：汽车后市场 O2O 电子商城	048
案例 12：车易安——汽车后市场 O2O 电子商城	048
要点 04：汽车后市场交友式服务电子商城	049
案例 13：车谷网——中国首家一站式车友服务交友商城	049

第四章

汽车4S店电商模式

影响篇 电子商务对汽车4S店的影响	052
影响01：电子商务对汽车4S店的冲击	052
影响02：电子商务对汽车4S店的作用	053
要点篇 汽车4S店电商模式的应用	054
要点01：汽车4S店的转型	054
【行业资讯】电商卖车，4S店何往	055
要点02：汽车4S店应用电商模式	055
要点03：汽车4S店B2C+O2O电商模式的优点	057
要点04：汽车4S店B2C+O2O电商模式应用要点	057
要点05：汽车4S店电商模式应用的注意事项	059

第五章

汽车美容店电商模式

知识篇 汽车美容店电商模式的意义	062
知识01：汽车美容市场的现状	062
相关链接11 汽车美容店的特点认识	062
知识02：汽车美容店进入电商的条件	063
相关链接12 汽车美容店进入电商化是形势所趋	064
知识03：汽车美容店进入电商的形势	065
相关链接13 汽车美容店电商化势在必行	065
要点篇 汽车美容店电商模式的应用	066
要点01：专业定制化服务满足客户个性需求	066
要点02：建设专业的核心团队	067
要点03：实行多样化车用品品牌商合作	067
要点04：设计车主需求定制卡	067
要点05：引导工作人员接受新事物	067
要点06：定期对各岗位人员培训	067
相关链接14 何为互联网思维	068
要点07：建立完整的汽车美容店电商模式	069
相关链接15 令汽车美容市场疯狂的O2O模式	070
要点08：汽车美容店O2O电商模式操作	070
相关链接16 CRM系统是什么	072

要点09：移动互联网O2O电商模式应用	073
案例14：××汽车美容店的来自手机的声音	073
要点10：汽车美容店O2O电商模式应用的注意事项	074

第六章

汽车快修店电商模式

知识篇 汽车快修店电商模式的意义	076
知识01：汽车快修店的发展	076
相关链接17 社区汽车快修店潜力巨大	077
知识02：电子商务对汽车快修店的冲击	077
知识03：传统汽车快修店O2O电商模式升级的意义	078
知识04：传统汽车快修店O2O电商模式升级的要点	079
要点篇 汽车快修店电商模式的应用	080
要点01：汽车快修店O2O电商模式认识	080
相关链接18 什么是O2O闭环	080
要点02：汽车快修店O2O电商模式应用	081

第七章

二手车交易电商模式

知识篇 二手车采用电商模式的意义	084
知识01：二手车发展现状	084
知识02：认识二手车电子商务	085
知识03：二手车电子商务模式的好处	086
知识04：二手车电子商务发展趋势	086
【行业资讯】汽车流通协会建议：关于取消地方城市限制二手车迁入的不合理规定	087
知识05：影响二手车电商发展的因素	088
知识06：二手车电子商务交易常见术语	088
要点篇 二手车电商模式的应用	090
要点01：二手车电商的商业模式分析	090
要点02：竞拍交易的O2O闭环模式	090
案例15：车易拍——二手车网上拍卖电子商务平台	091
要点03：垂直细分不涉及交易的导购模式	092

要点04：二手车寄售平台模式·····	094
案例16：我卖我车——专业二手车C2C连锁卖场·····	094
案例17：大搜车——二手车行业垂直领域O2O交易模式·····	095
要点05：二手车第三方信息服务平台·····	096
案例18：第一车网——第一代专业二手车网站·····	096
要点06：二手车交易服务资讯平台·····	097
要点07：二手车简单收购模式·····	098
法规篇 二手车市场的相关法规 ·····	099
法规01：《二手车鉴定评估技术规范》·····	099
法规02：《二手车流通管理办法》·····	099
法规03：《二手车交易规范》·····	100

第八章

汽车租赁业电商模式

知识篇 汽车租赁业电商模式的意义 ·····	102
知识01：认识汽车租赁·····	102
相关链接19 汽车租赁业的三种类型·····	103
知识02：汽车租赁的现状·····	103
知识03：汽车租赁业电商化·····	104
知识04：电子商务对汽车租赁业的影响·····	105
知识05：汽车租赁业的电商经营的必然趋势·····	106
要点篇 B2C租车模式应用 ·····	107
要点01：B2C租车模式的出现·····	107
要点02：B2C租车模式的运作·····	107
要点03：B2C租车模式案例集锦·····	108
案例19：至尊租车——连锁汽车租赁企业·····	108
案例20：神州租车——全国性大型汽车租赁服务企业·····	109
案例21：一嗨租车——中国汽车租赁行业真正的领军企业·····	110
要点篇 P2P租车模式应用 ·····	112
要点01：P2P租车模式的概念·····	112
要点02：P2P租车模式的运营·····	112
要点03：P2P租车模式的机场业务·····	114
要点04：P2P租车模式的风险·····	114
相关链接20 P2P租车模式面对政策的监管该如何做·····	114
案例22：PP租车——亚洲最大的P2P租车平台·····	115

案例 23：宝驾租车——中国领先汽车共享社区	117
要点篇 团购租车模式应用	118
要点 01：团购网站与团购	118
要点 02：汽车租赁团购推广	118

第九章

汽车用品与配件电商模式

知识篇 汽车用品电商模式的意义	122
知识 01：汽车用品电商化发展	122
相关链接 21 年轻车主促进汽车用品电商化发展	122
知识 02：汽车用品电商化建设	123
知识 03：汽车配件的电商化潜力大	124
知识 04：汽车配件电商模式存在的问题	124
要点篇 汽车用品电商模式的应用	126
要点 01：汽车用品 B2C 电子商务模式	126
要点 02：汽车用品 B2C 销售平台的网站的定位与分析	126
要点 03：汽车用品 B2C 商业运作发展所面临的难题	127
相关链接 22 汽车用品商欲建立 B2C 商城需谨慎	128
相关链接 23 汽车用品综合 B2C 商城发展的原因	129
要点 04：汽车用品如何做到电商化	129
要点 05：汽车用品电子商务案例集锦	130
案例 24：齐齐网——汽车用品电子商城	130
案例 25：御途网——中国领先汽车用品商城	131
案例 26：中国汽车用品网——汽车用品行业专业电商交易平台	132
案例 27：全球汽车用品网——汽车用品行业 B2B 电子商务的交流平台	133
要点篇 汽车配件电商模式的应用	135
要点 01：汽车配件市场 B2B 模式应用	135
要点 02：汽配市场 B2B 电商渠道模式	135
要点 03：汽配市场 B2B 电商模式案例集锦	136
案例 28：中国汽车配件网——汽车配件业最具影响力 B2B 电商平台	136
案例 29：汽配 110 网——中国汽车配件行业先进的 B2B 商业平台	137
案例 30：车派商城——专业领先的汽车用品及配件 B2C 电子商务平台	138

第十章

汽车保险电商模式

知识篇 汽车保险电商模式的意义	142
知识01：认识网络车险	142
知识02：汽车保险行业现状分析	142
相关链接24 我国汽车保险发展进程	143
知识03：电子商务带来汽车保险业变革	144
【行业资讯】保险业首度涉足汽车电子商务市场	144
知识04：汽车保险电子商务的优势	145
相关链接25 汽车保险电商化让利车主	145
知识05：汽车保险电子商务面临挑战	146
要点篇 汽车保险电商模式的应用	147
要点01：汽车保险公司官网销售平台	147
案例31：中国人保车险——便宜便捷购车险	147
要点02：汽车保险车险报价B2C服务平台	148
案例32：搜宝网——汽车保险报价B2C服务平台	149
要点03：汽车保险第三方权威门户网站	150
案例33：中国车险网——汽车保险第三方权威门户网站	150
要点04：车险理赔手机APP	152
案例34：平安车险好车主——车险手机APP	152

附录

附录1 二手车鉴定评估技术规范	154
附录2 二手车流通管理办法	165
附录3 二手车交易规范	170
附录4 关于促进汽车租赁业健康发展的通知	175
附录5 中华人民共和国电子签名法	177

参考文献

第一章

汽车后市场

Chapter 01

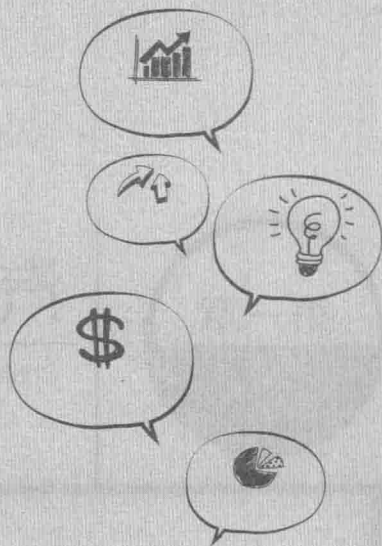
近几年来，伴随着我国汽车工业的发展，相关政策的调整与完善，以及汽车保有量的迅速增加，汽车后市场发展迅猛，市场前景十分看好，我国的汽车后市场也慢慢成熟起来。

我国汽车后市场随着汽车保有量的增长而快速崛起，人们对汽车服务的认识已经发展成为个性化、人性化的阶段。现代汽车消费者更加注重服务过程的体验。包括汽车维护、汽车装饰、汽车音响、汽车安全、汽车电子、汽车改装、汽车金融、汽车救援、二手车服务等汽车后市场向着一体化、品牌化、国际化的方向发展。



入门篇

汽车后市场的初步认识



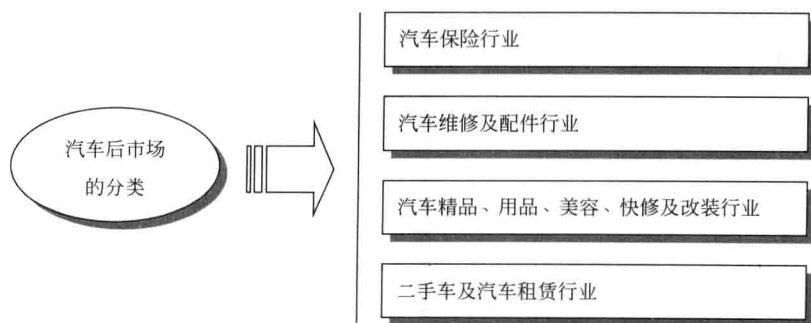
入门01：汽车后市场的概念

汽车后市场是指汽车销售以后，围绕汽车使用过程中的各种服务，它涵盖了消费者买车后所需要的一切服务。即汽车从售出到报废的过程中，围绕汽车售后使用环节中各种后继需要和服务而产生的一系列交易活动的总称。

入门02：汽车后市场的内容

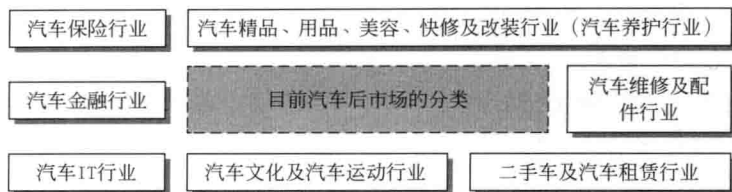
1. 汽车后市场的分类

① 汽车后市场行业简称“车后市”。汽车后市场最早是以汽车整车销售的前、后顺序进行分类的，主要分为四类，具体如下图所示。



汽车后市场的分类

② 目前汽车后市场大体上可分为七大行业，具体如下图所示。



目前汽车后市场的分类

2. 汽车后市场涉及的业务

汽车后市场是汽车产业链中最稳定的利润来源，占总利润的60%~70%。汽车后市场涉及的业务非常广，包括汽车美容、汽车养护、汽车专业维修、汽车轮胎服务、汽车电子、汽车饰品类、汽车装饰、汽车办公用品、汽车娱乐影音系统、汽车改装、车主俱乐部、汽车租赁、二手车、汽车文化、汽车融资、汽车广告、汽车资讯、汽车培训、汽车电子商务19种主要业务。

相关链接01

汽车后市场的19大业务

汽车后市场作为汽车产业链中利润率最大的产业，涵盖了非常多的汽车业务，主要有19大业务。

1. 汽车美容业务

汽车美容业务包括车表美容护理、车内翻新护理、高级美容护理三大主要项目。车表美容护理主要有无水洗车、泡沫精致洗车、全自动电脑洗车、底盘清洗、漆面污渍处理、漆面飞漆处理、新车开蜡、氧化层去除、漆面封釉、漆面划痕处理、抛光翻新、金属件增亮、轮胎增亮防滑、玻璃抛光等项目。

车内翻新护理主要包括：车内顶棚清洗、车门衬板清洗、仪表盘清洗护理、桃木清洗、丝绒清洗、地毯除臭、塑料内饰清洗护理、真皮座椅清洗、全车皮革养护等项目。

高级美容护理主要包括：漆面封釉、漆面镀膜、汽车桑拿、底盘封塑、臭氧消毒、划痕修复等项目。

2. 汽车养护业务

汽车养护主要有日常养护和附加保养两大类，日常养护属于必须进行的项目，而附加保养则是客户自己选择要不要做的项目。

日常养护主要有：换机油、加防冻液、更换三滤、更换雨刮、变速器止漏、清洗更换刹车片、空调检测及加氟里昂、检查电瓶液配比、电瓶维护等项目。

附加保养主要有：燃烧系统免拆清洗、润滑系统免拆清洗、冷却系统免拆清洗、电脑检测及解码、发电机维护、发动机维护、尾气达标等项目。

3. 汽车专业维修业务

汽车专业维修包括对汽车各部位的维修，主要是对车身、底盘、发动机、电气系统等方

面进行全面、系统的维修，主要的项目很多。

4. 汽车轮胎服务业务

汽车轮胎服务主要的项目包括：更换轮胎、轮胎平衡、四轮定位、快速补胎、专业补胎、轮胎冲氮气、轮胎保养等

5. 汽车电子业务

汽车电子业务主要产品有：防盗器、倒车雷达、中央门锁、车载电话、GPS、加装电动门窗、更换自动天线、车载冰箱、胎压检测器、电压转换器、各部位车灯、车载应急灯、后视系统等。

6. 汽车饰品类业务

汽车饰品主要包括个性饰品与专用饰品两大类。

① 个性饰品主要有：卡通娃娃、个性香水、内外闪灯、游侠伴侣、风火轮、个性地毯、动感领动、个性坐套、钛合金气喉、车饰边条、香熏挂件等。

② 专用饰品主要有：野营套装、车载冰箱等。

7. 汽车装饰业务

汽车装饰主要是新车装饰，其主要项目有：全车贴膜、铺地胶、铺地垫、挡泥板、扶手箱、尾箱开启器、桃木内饰、加装轮眉、防撞胶条、更换拉手、安装门碗、加装晴雨挡、加装尾喉，另外加上部分客户要求的真皮座椅、豪华天窗、隔音工程等。

8. 汽车办公用品业务

高端公务、商务车上的办公用品主要有：车用办公桌椅、车用电脑、车用打印机、车用传真机、车载电话等，另外车用热水器、车用电冰箱也是高端公务、商务人士所需，增加汽车办公用品的原因是汽车已经成为众多公务、商务人士或者政府高管的第二个办公室。

9. 汽车娱乐影音系统业务

汽车娱乐影音系统主要业务包括：车载电视、CD、VCD、DVD、喇叭、功放、低音炮、显示器、电子游戏系统等。

10. 汽车改装业务

汽车改装主要包括汽车外观改装、汽车性能提高改装、赛车按标准改装三大类别。

① 汽车外观改装主要有：改装包围、更换方向盘、增加个性贴纸、更换轮胎、更换轮毂、更换仪表等。

② 汽车性能提高改装主要有：增加氙气灯、改装进气系统、改装排气系统、改装点火系统、改装供油系统等。

③ 赛车按标准改装主要有：车内头盔、防滑架、赛车服饰、避振器、悬挂加强赛车安全带等。

11. 车主俱乐部业务

在目前国内车主俱乐部不太成熟的市场情况下，可以建立不同类型的俱乐部，如品牌俱乐部、车迷俱乐部、越野俱乐部、维修俱乐部、救援俱乐部等。车主俱乐部可以为车主提供汽车类服务和汽车体验与交流。

汽车类服务主要包括：代办保险、验车、泊位、换领驾照、补领驾照、补领行驶证、管家提醒、代（补）交养路费、理赔、审证、贷款、汽车救援等。

汽车体验与交流主要包括：外驾车出游、试乘试驾、车友会等。

12. 汽车租赁业务

汽车租赁按时间分为：定时租赁和临时租赁；按客户类别分为政府租赁、企业租赁和个人租赁三大类。

13. 二手车业务

二手车业务主要包括：二手车直接购买/销售、二手车中介、二手车评估、二手车暂保管、二手车代过户、二手车置换、二手车代保养装新等。

14. 汽车文化业务

汽车文化业务包括：汽车模型、汽车体育、汽车知识、汽车报刊、汽车书籍、汽车影视、汽车车迷、汽车与社会等。汽车文化是汽车市场发展发展到一定阶段的必然产物。

15. 汽车融资业务

汽车融资业务包括：汽车信贷和消费信贷两大类，而汽车消费信贷在目前中国仍处于起步阶段。

16. 汽车广告业务

汽车广告业务涉及报纸、杂志、电台、电视台、户外、单页、比赛赞助等，在发达国家，汽车广告是所有广告中的大户，有的甚至是最大户。

17. 汽车资讯业务

汽车资讯业务主要包括：市场调查、市场分析、行业动态、统计分析、政策法规、未来发展等几大类。

18. 汽车培训业务

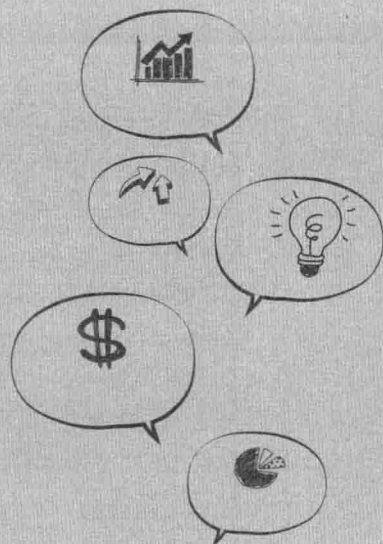
汽车培训业务已经从早期的汽车驾校和汽车维修培训逐步向汽车美容装饰培训、汽车服务销售接待培训、汽车销售团队培训过渡，现在已经出现了汽车行业中层管理者培训和汽车行业决策者培训。

19. 汽车电子商务业务

伴随电子商务的发展，汽车电子商务逐步成熟，汽车的电子商务模式正在逐步完善规划。

知识篇

了解汽车后市场的发展



知识01：汽车后市场的发展

1. 汽车后市场的发展史

汽车后市场可以分为四个发展阶段，具体见下表。

汽车后市场的发展阶段

序号	时间	阶段	服务对象
1	1990 ~ 1996 年	汽车后市场的开始阶段	基本是公务车
2	1997 ~ 2006 年	汽车后市场的高速发展阶段	公务车为主
3	2007 ~ 2010 年	汽车后市场的洗牌阶段	私家车
4	2011 年以后	汽车后市场平缓发展阶段	私家车为主

2. 汽车后市场的发展趋势

伴随着我国汽车保有量和近几年“井喷式”的增长，汽车用品及零部件市场也实现了持续性快速增长，国内汽车后市场整体增长强劲，成为全球增速最快的市场。巨大的市场商机吸引了更多的国际巨头和国内行业企业加入此竞争当中。

中国汽车后市场未来的发展趋势将会出现如下表所示的情形。

中国汽车后市场未来的发展趋势

序号	趋势	具体说明
1	行业整合，优胜劣汰	汽车后市场发展的总趋势将是品牌数量呈减少，而品牌专业化、集中化趋势明显，大量的知名品牌集中在少数企业手中。同行业发展趋势相同，趋向垄断和规模化