

汽车后市场，下一个蓝海？

■被采访人：
东风日产南京汉虹专营店总经理翁永峻
江苏天奥汽车总经理胡彬
凯迪拉克南京安吉名杰市场部经理王小斌
东南大学盐城新能源汽车研究院研究员丁仕川

南京车市经历了第二季度的井喷之后，第四季度冲刺销量何去何从？现阶段，经销商盈利转至后市场已成为不争的事实，经销商应该如何深耕后市场？新能源多项利好政策“纷至沓来”，新能源汽车究竟该如何发展，新能源汽车的春天到来了吗？日前，现代快报记者专访业内经销商，从多角度一一解读南京车市的风云变幻。 现代快报记者 张曦 见习记者 张雷

车展
聚焦 FOCUS AUTO SHOW



激辩之一：第四季度销量何去何从？

翁永峻观点：同比、环比增长，第四季度稳定增长

随着7、8月份淡季的到来，整个行业的增速放缓了，但是同比和环比还是有不同幅度增长，可以说是给即将到来的第四季度销量打响了先头炮，就现有的发展趋势，南京车市再接下来的三个月应该会有比较稳定的增长量。2014年最后一个季度，南京市场的销量依然会稳

步增长。

王小斌观点：产品线丰富，引爆四季度销量

上半年豪车市场销量不错。安吉虽然是新店，但每月销量也达到40~50台。三季度，南京三家凯迪拉克经销商联合推出新车ATS-L，产品线将更加丰富，四季度销量应该还是看好的。

激辩之二：新能源汽车还有未来吗？

翁永峻观点：市场前景光明，代替汽油车路还很长

就现状而言，新能源汽车实用性低、且价格不低。虽然消费者认可并接受新能源汽车，但是新能源汽车电池能量低、续航里程短、基础配套设施不完善等，成为消费者购买新能源汽车的阻碍因素。

此外，由于领域开发的限制，新能源汽车销售价格对比普通汽车并不低，甚至已经接近中高端汽车的销售价格，对于理智而且精明的南京消费者来说，购买新能源汽车可能需要更大的刺激因素。

丁仕川观点：政策、市场与技术研发形成良性循环

最近，国家利好政策不断出台，最直接受益的是新能源车企和消费者。对研发领域的影响，其实是间接的，因为毕竟我们是搞技术研究。工程技术要产出，更需要转化，需要相关企业来消化，而新能源汽车产品也需要很好的销售表现，这就形成良性循环。所以我认为，政策的出台，如果对市场产生了积极作用，随着更多的人来买车，就会在技术上产生更大更多的需求，这样一来政策也就和技术、技术研发形成了良好的互动循环。

激辩之三：后市场如何深耕？

翁永峻观点：有需求就有市场，最终要靠服务

国内汽车的后市场发展空间非常大，有需求就必然有市场。市场的转变开始考验4S店的生存模式，展现良好的售后服务能力和开展多样化汽车服务项目是取胜之道。

以本店为例，目前可提供的后市场服务很广泛，除了基本的汽车维修保养服务，还有独立的二手车部门，主要采取自销模式，对于客户的二手车首先采取东风日产厂家严格规定的128项检测，检测之后符合东风日产二手车标准的车辆会被上传到东风日产的竞拍系统，由竞拍系统进行销售。

另外也有一部分车辆采取现场拍卖方式进行销售；在2013年10月成立了汽车美容服务部，提供专业品质服务。此

外，还开发了诸多优秀的金融购车政策、保有置换政策等。

胡彬观点：后市场服务提升满意度

我们并不特别在意销量，反而更关注客户的满意度。假设一个店的设计服务能力是2000台，如果客户太多，经销店的设施、服务能力就会受到影响。因为卖1000台车，面对的是1000个消费者；卖3000台，面对的则是3000个消费者。怎样做好更优质的服务，来提升客户满意度从而树立江苏天奥在客户心目中的口碑形象，才是我们更加关注的。

天奥汽车为客户提供了多样化的服务。由于奥迪大部分车主都不是首次购车，经销商必须给他们一个享受用车的延伸服务。比如如何处置自己的旧车，是大部分奥迪车主都会面对的问题。

质量为先 源头把关

上海通用汽车与零部件供应商共塑卓越品质

作为中国乘用车行业的领军企业，上海通用汽车平均每天有超过4000多台新车驶下生产线，成为消费者的忠实伙伴。作为一个精密复杂的高新技术产品，每一辆汽车上至少有3万个零部件，涉及的零部件供应商可达400~500家。这对于企业的供应商质量管控而言，可谓是“如履薄冰”，因为任何一个零部件的微小瑕疵都可能导致产品质量问题。

所以，要探寻上海通用汽车产品质量背后蕴含的诸多秘密，不妨先从产品源头的供应商看起。



"16步原则"严选供应商

上海通用汽车对供应商的选择、能力开发和质量管理有一整套严密的体系，严格遵循通用全球供应商开发的"16步"原则，覆盖从新品立项时的潜在供应商评审、到整个生产周期中对供应商实施质量管理的全部流程。一家新供应商必须通过上海通用汽车采购部、工程部（泛亚技术中心）、物流部3大部门，Q（质量）、S（服务）、T（技术）、P（价格）4大功能块，近10次专业评审，才能进入采购体系。

越来越多的全球车型项目带来了大量全球新供应商，以新君威为例，有92家供应商或通过全球供货、或在中国建新厂进入上海通用汽车的供应链。一方面，上海通用汽车严把供应商质量关，另一方面，积极帮助新供应商改进工作，供应商质量工程师主动跟踪新供应商的基础建设和生产线建设，帮助他们理解中国市场、协调全球资源、培训管理团队。

稳定的、高品质的供应商团队，为产品品质带来保障。上海通用汽车的长期合作供应商数量迅速增长，目前与上海通用汽车保持业务往来3年以上的供应商已占国内供应商总数的80%以上，保持5年以上的供应商已占总数的60%以上。

"全生命周期"供应商管理

如果说，建立完善的供应商前期开发和认可流程，从源头上保证了产品质量，那么"产品全生命周期"的供应商质量管理，则从根本上监督并促进了供应商的质量表现。在覆盖从供应商早期开发、生产管理以及售后服务的"产品全生命周期"中，上海通用汽车不仅是监督者，更是参与者，与供应商一起"死磕"质量品质，实现与供应商的"双赢"。

上海通用汽车专门成立了"联合开发中心"，为供应商提供专项培训、业务研讨、技术交流和出口业

务等多方面的支持，不仅上海通用汽车的质量改进小组会深入供应商现场，帮助供应商建立质量保证体系，实现从"质量检验"到"质量预防"的转变；在遇到质量技术难题时，由质量专家们组成的"豪华阵容"也将入驻供应商现场办公，共同技术攻关。

助力供应商打造"四大核心能力"

"零缺陷"是上海通用汽车对供应商的基本质量要求。除此之外，上海通用汽车还以帮助供应商全力打造四大核心能力"质量保障、快速响应、技术创新、成本控制"为己任。

上海通用汽车始终视与供应商之间的关系为战略合作伙伴关系，十分注重供应商的能力发展，通过多种方法工具推进和夯实供应商体系管理能力，例如推动本土供应商积极参与通用汽车全球化采购，获得全球业务；提高关键零件的全过程研发能力，缩小本土供应商与欧美日系研发能力间的

差距；建立新能源、新材料、新工艺和新技术的"四新"战略合作新型体系，密切关注新能源产业链核心技术和产品发展趋势，等等，全面帮助供应商提升综合管理能力。

为支持"绿动未来"企业战略，上海通用汽车还制订发展"绿色供应商"计划，促进供应商的节能减排与资源合理利用。2012年12月，上海通用汽车当选为"上海绿色供应链管理示范项目"首批试点企业。截至2013年底，已有270多家供应商获得"SGM绿色供应商"称号。

自创建以来，上海通用汽车就视质量为最高优先，将质量体系覆盖整个业务链，并积极培育质量文化，将质量管理的内涵向上游的供应商和下游的经销商及售后服务两头延伸。"全员、全时、全程"的"三全"特色不仅体现在上海通用汽车的生产线和车间里，也覆盖到所有零部件供应商的生产过程，这就从源头上保证了每一辆汽车的高质量水平。