



开思时代 CASSTIME

2018 年第 2 期 2018 年 4 月 18 日

主办单位：深圳开思时代科技有限公司

编辑主任：宫大鹏

编辑：张建临、朱能就、谢文彬、张杨红

编辑部：深圳市龙岗区坂田街道发达路
云里智能园 8 栋 5 楼

电话：400-168-6600

电邮：nengjiu.zhu@cassmall.com

02 卷首语

03 行业解读

- 艰难前行中的改变，独立汽车维修企业成最大受益者？
- 如何应对门店成本上涨压力？58% 的门店说我们要涨价！

07 访谈实录

- 开思汽配完成 B 轮融资计 4 亿融资，江永兴：我们比别人快两年

10 品牌之声

- 恒顺名车董事长钟沃光：一生择一事，修好车
- 广州臻理：互联网时代汽配供应商的转型之路

14 经营之道

- 中小维修厂经营主体独立性与债务承担法律问题探讨
- 汽服门店如何不用设立保险团队，一年还能多挣 100 万？

17 开思动态

- 汽配 315，开思汽配入选中国诚信企业展播榜
- 2018 开思供应商大会圆满落幕
- 开思汽配 & 新概念达成战略合作 聚力服务高端车
- 开思汽配闪耀 AAITF 春季展
- 开思受邀参加 2018 年终端门店转型升级高峰论坛
- 开思汽配荣获两项国家级大奖
- 开思汽配获得 2018 汽车服务金勋章
- 开思汽配与湖南商学院签署产学研合作协议
- 星人物：开思金马员工刘锦国

27 小马课堂

- 奥迪 4T 涡轮增压器损坏原因探析与养护技巧
- 真假鉴定：宝马 5 系发动机脚脚真假原厂对比
- 汽车蓄电池检测与养护技巧

30 热点聚焦

- 中消协：2017 汽车及零部件投诉量居首
- 创新驱动 中国自主品牌汽车零售总体较好
- 我国新能源汽车保有量超过 160 万辆，占世界的一半
- 汽车进口关税下调，进口高端豪华车或成最大受益者
- 全面解除限迁，持续推进 二手车交易有望加速
- 小鹏汽车 G3 是一款自动驾驶级别的车型
- 2018 年第一季度豪华车销量盘点
- Pal-V 飞行汽车明年完成交付
- 滴滴与北汽签约合作，进军汽车制造
- 宝马与区块链公司 VeChain 合作 追踪汽车修理历史和驾驶行为

IT 赋能，众“质”成“诚”

诚信，是人人理应具备的最根本准则和品格，唯有如此，我们才能享受高品质生活。然而，在汽配汽修行业却长期存在假货横行、劣币驱逐良币等乱象，诚信严重缺失，从业者无法在公平环境下挥洒才能，车主难以获得优质的产品和服务，行业发展备受制约。

“品质消费 美好生活”是中消协今年的消费维权主题，在汽车后市场，诚信经营也应落到实处。基于行业现状，走老路是到不了新地方的。中国目前已具备良好的互联网基础设施，可以通过 IT 技术构建数字化的质量标准和信用体系，人、车、产品之间形成有机连接，依托统一、可衡量的标准来规范后市场的产品和服务，让假冒伪劣无处遁形！

诚信就是不忘初心、牢记使命。只有守住品质的底线，才能真正让汽配采购更放心。为此，需要对供应商实施严格的准入考察和认证流程，通过完善的交易规则和评价体系，确保为用户提供放心、可靠、有质保的汽配产品。上线 1 年多，开思汽配联合汽修厂累计已服务高端车 300 万台次，质量有保障，采购更放心，得到了行业普遍认可，充分验证了通过 IT 技术赋能汽车后市场是可行之路。

在庞大的汽车后市场，正本清源任重道远，众“质”方能成“诚”。诚信、健康、繁荣的汽车后市场业态需要产业链上下游同仁协同合作、共同营造，携手为车主朋友提供超越期望的高品质产品与服务，让车生活更美好！

开思时代创始人 & CEO：

汽车业反垄断观察：

艰难前行中的改变，独立汽车维修企业成最大受益者？

○ 汽车服务世界 赵艳玲

近日，笔者看到一则国外反垄断新闻，欧盟 2 月 21 日重罚汽车海运及汽车配件市场的垄断行径，罚金总额高达 5.46 亿欧元。

欧盟当日发布公告称，2006 年至 2012 年，挪威华伦威尔森(WWL)、日本川崎汽船(K-LINE)、商船三井(MOL)、日本邮船(NYK)及智利南美轮船(CSAV)等 5 家汽车海运商船相互串联结成卡特尔组织，通过协同定价、分割市场、交换收费信息等手段，联合操控汽车海运价。

公告表示。五家公司占据欧盟海运市场的半壁江山，上述行径严重侵犯欧盟消费者权益，削弱欧盟汽车竞争力，为此对华伦威尔森处以 2.07 亿欧元罚款，对三家日企处以 1.81 亿欧元罚款，对南美轮船处以 703 万欧元罚款，罚金总计 3.95 亿欧元。

汽车配件方面，公告指 2000 年至 2011 年，德国博世公司，日本电装公司及特殊陶业株式会社相互达成协议，联手操控汽车火花塞供应价格，为此对博世公司处以 4600 万欧元罚款，对两家日企处以 3000 万欧元罚款，罚金总计 7600 万欧元。

此外，公告指 2007 年指 2011 年，博世公司、大陆集团等三家德企为戴姆勒和宝马汽车供应液压制动系统时操控价格，2010 年指 2011 年博世公司和大陆集团为大众汽车供应电子制动系统时“故伎重演”，为此对博世公司处以 3100 万欧元罚款，对大陆集团处以 4400 万欧元罚款，罚金总计 7500 万欧元。

巨额罚款金额表明，欧盟不会容忍这样的违规行为，对其他制造商分割市场的行为也一定会坚决采取同样的惩罚措施。

反观国内，汽车业反垄断整体艰难前行，效果甚微。好消息是，《汽车业反垄断指南》预计于 2018 年发布。

自 2014 年开始，打破车厂垄断一直是政策方向，国家致力于破除车厂、零部件企业的垄断行为。

每一次相关反垄断政策的出台，在独立售后市场都掀起了“唱衰 4S 店”的话题讨论：4S 店失去了配件垄断优势之后，会被时代更替吗？；反垄断拿掉 4S 店的遮羞布，4S 店售后服务要和独立售后企业展开抢客大战；4S 店一家独大的时代过去了；...

话题背后其实反映了独立售后企业与 4S 店零和博弈的现状，两组数据可见其竞争态势，一方面是，“仅有 22% 的客户在保修期后“肯定愿意”回到授权经销商处”，另一方面是，“选择快修连锁店的客户中有 29% 在下次会选择回流 4S 店”。

车主正加速流出 4S 店，但目前快修连锁还无法完全接住，导致车主回流 4S 店体系。4S 店作为车厂的授权体系，在维修技术、原厂配件等方面具有垄断性优势，而作为非授权体系的独立售后企业在这些方面处于劣势。

反垄断的本质就在于破除 4S 体系赖以强大的非市场化力量，一旦这种力量被化解，市场将处于充分竞争状态。参考美国汽车后服务市场：独立渠道占比 70% 以上、4S 店占比 30% 以下，中国独立售后市场的想象空间是巨大的。

汽车业反垄断做过哪些尝试？

2014 年以来，国家在推进汽车业反垄断方面不遗余力，前后出台多部法律、政策：2014 年 9 月 3 日交通运输部、国家发展改革委等八部门联合发布《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》，亮点很多，简单罗列包含：**不得限制、干预消费者自主选择维修企业和维修服务，不得以汽车在‘三包’期限内选择非授权维修服务为理由拒绝提供维修服务；破除维修配件渠道垄断；鼓励规模化、品牌化、连锁化发展；促进汽车维修行业的标准化建设；强制维修技术公开。**

以此意见为指导，国家标准委在 2015 年 9 月发布《汽车零部件的统一编码与标识》、2015 年 9 月八部委联合发布《汽车维修技术信息公开实施管理办法》、商务部 2017 年 5 月发布新《汽车销售管理办法》。

单从反垄断法律、政策规定来分析，对独立售后有几大利好：

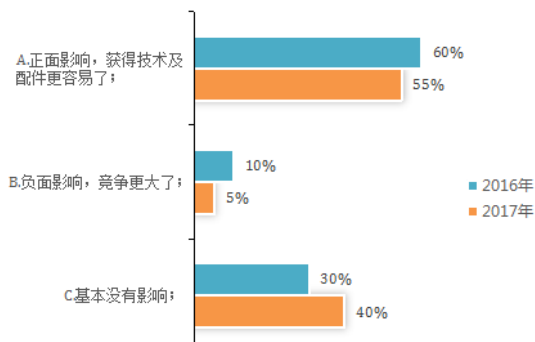
1、原厂配件允许在 4S 店体系外销售，打破了 4S 店或授权体系对于原厂配件的垄断地位，意味着独立汽车维修企业同样可以采购原厂配件。

2、维修技术信息公开，实际上在我国，维修技术信息只有 4S 店能得到，独立维修企业基本是通过各种灰色渠道得到，《汽车维修技术信息公开实施管理办法》的落地显得尤为重要，其意义在于打破整车厂及 4S 店的垄断。

3、新车在“三包”期限内选择独立汽车维修保养不影响其享有的三包权利。

4、同质配件的推广，2015 年 8 月《交通运输部关于修改〈机动车维修管理规定〉的决定》，为同质配件明确定义，即为产品质量等同或者高于装车零部件标准要求，且具有良好装车性能的配件。《决定》明确提出“托修方、维修经营者可以使用同质配件维修机动车。”

反垄断、公开配件信息等一系列法规的出台对调研企业的影响



2017 年参与调研企业对反垄断、公开配件信息等法规的看法

理想是美好的，现实是骨感的。目前反垄断收效甚微，以下事例可见一斑：2017 年 12 月，发生一起《质保期没回 4S 店保养，车坏法院支持拒赔》的判例。判决书显示

车主（原告）“举证不能”，而法庭需要的举证要求为：车主提供维修方的工商执照、维修行业经营许可、结算发票、配件采购使用证明、配件合格证、资历证明、能力证明、厂家授权证明、出场竣工证明 ...。

如果让独立维修企业出具以上判例中的举证要求，恐怕 95% 的店面都无法做到。加之汽车市场的多样性、复杂性，决定了汽车业反垄断不是一蹴而就的，对监管者来说，这是一个难度很高的挑战。国家反垄断局局长张汉东称，对汽车反垄断只有进行时，没有完成时。

《汽车业反垄断指南》不久公布，独立汽车维修企业将成最大受益者？

作为汽车业反垄断的重磅利器，《汽车业反垄断指南》备受行业期盼，目前也已完成，张汉东曾在去年底表示，预计不久将按程序公布。《指南》对汽车行业的垄断行为进行全面厘定，包括纵向垄断与横向垄断。明晰了垄断和豁免的情形，划定了红线。

其中关键信息有两点：

其一，《指南》要求具有支配地位的汽车制造商不得限制经销商和维修商购买同质配件或从其它渠道购买原厂配件，亦禁止限制配件供应商、经销商和维修商外销售后配件，由此售后配件货源和市场全流通有望获得保障；

其二，规定汽车制造商无正当理由也不应限制维修技术信息、测试仪器和维修工具的可获得性。

售后配件货源与市场全流通以及原厂配件维修信息公开这两点，在此前的政策、法规中皆有提及，但落地效果不佳。此次《指南》在总结过去执法经验的基础上，借鉴国外反垄断的一些经验，大量征求了汽车产业上下中游消费者代表、专家学者的意见。一场席卷汽车整车、零配件、经销商乃至二手车行业的反垄断风波将再度掀起。

这对长期囿于“原厂配件”、“维修技术”的非授权性质的独立汽车维修企业来说，会是福音吗？拭目以待。

如何应对门店成本上涨压力？

58% 的门店说我们要涨价！

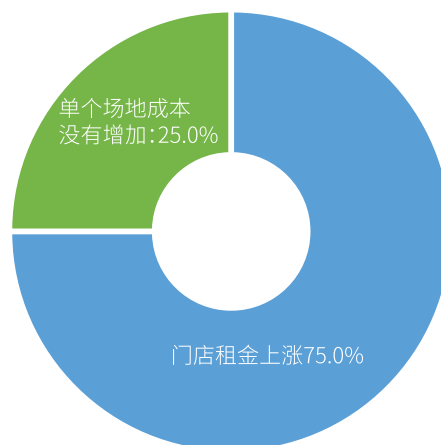
○ AC 汽车

2018 年, 70% 以上的门店同时面临租金成本、人员成本和合规成本上涨的难题。面对居高不下的成本, 65.4% 的门店认为, 应该让客户为成本上涨买单; 与此同时, 58% 的门店将上调门店服务和产品的价格, 仅 24.7% 的门店表示不会涨价。

2018 年, 在房租、人员成本、因环保带来的设备材料成本等压力下, 4S 店和独立汽修门店会涨价么? 如果涨价, 门店能够承受因此引发的客户流失吗? 如果不涨价, 谁又该为成本上涨买单呢?

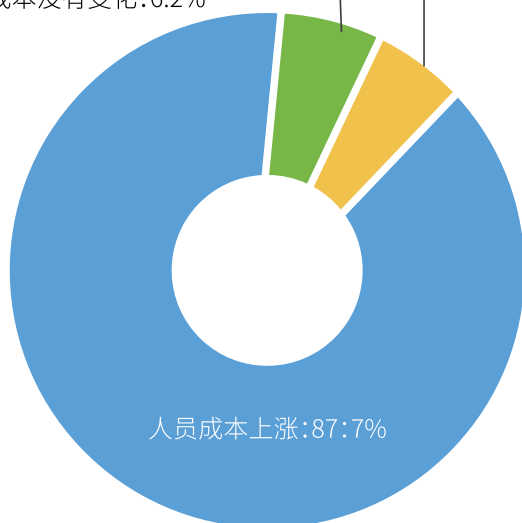
日前, AC 汽车针对“2018, 您的门店服务和产品会涨价吗?”这一话题展开调研。

调研结果显示: 75% 的门店面临租金上涨的压力; 87.7% 的门店人员成本将会上涨; 80.2% 的门店在环保风暴的影响下, 需要增加相关设备材料, 合规成本也将水涨船高。总体而言, 成本上涨是绝大多数门店在 2018 年会面临的现实性问题。



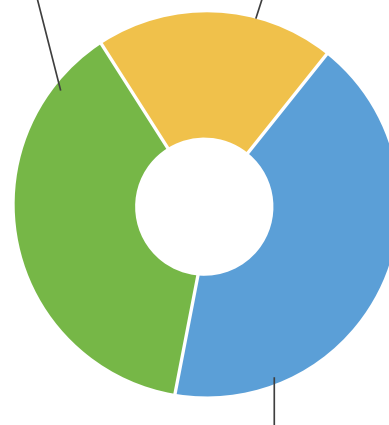
在运营管理的优化下, 单个人员成本下降: 6.2%

人员成本没有变化: 6.2%



会, 合规成本变高: 38.3%

不会, 和自己关系不大: 19.8%

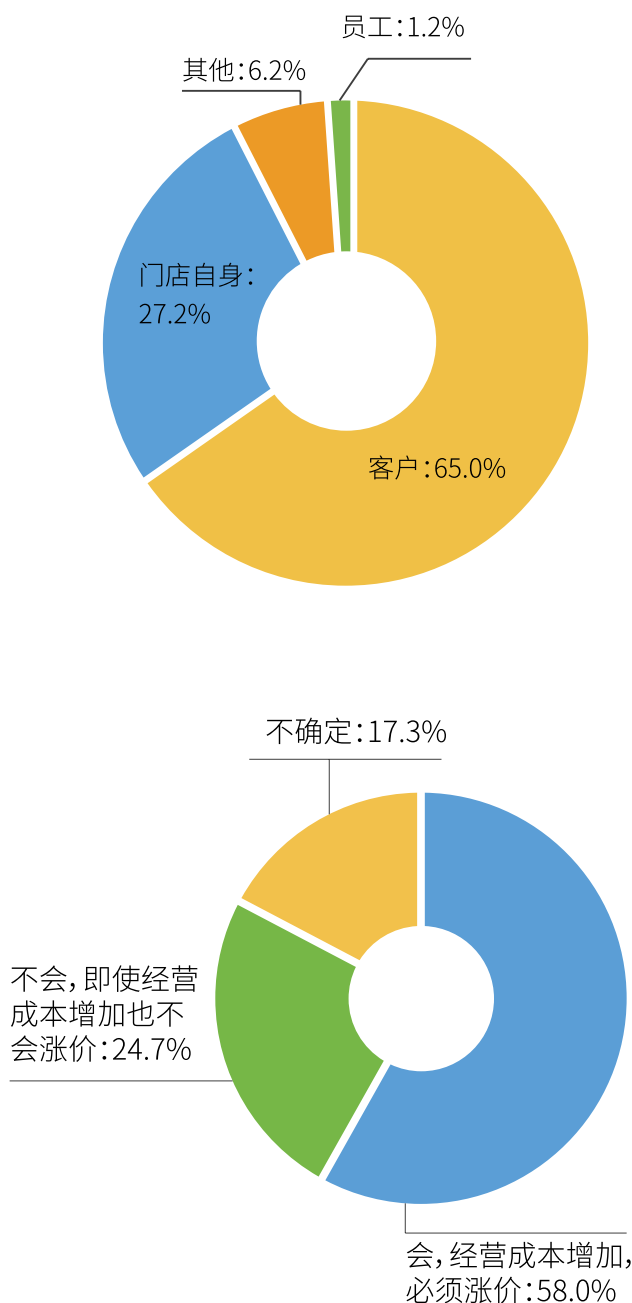


会, 增加相关设备材料: 42.0%

在巨大的成本压力下，谁该为成本上涨买单呢？

65.4% 的门店认为应该由客户来买单；27.2% 的门店认为还是由门店自身来承受成本压力；只有 1.2% 的门店认为应该由员工买单。

相应地，58% 的门店表示，2018 年门店服务和产品会涨价；只有 24.7% 的门店表示不会涨价；17.3% 的门店表示还不确定。



在巨大的成本压力下，谁该为成本上涨买单呢？

65.4% 的门店认为应该由客户来买单；27.2% 的门店认为还是由门店自身来承受成本压力；只有 1.2% 的门店认为应该由员工买单。

相应地，58% 的门店表示，2018 年门店服务和产品会涨价；只有 24.7% 的门店表示不会涨价；17.3% 的门店表示还不确定。

在成本压力下，难道只有涨价一条出路吗？汽车服务门店还有什么其他办法？

AC 汽车认为，对于单个汽修门店而言，一是可以通过信息化手段，提高门店经营效率，掌握车主和车辆信息，增强与车主之间的黏性。即便涨价，只要取得车主的深度信任，车主也不会轻易流失。

第二，AC 汽车在 2018 汽车后市场七大猜想、三大看点一文中提到，“综合修理厂 + 夫妻店的类‘联盟’模式”可能是 2018 年汽车后市场一大趋势。在这样的趋势下，门店之间将形成相互合作、业务转介，实现客户共享和业务集中，可以有效降低运营成本。

第三，未来独立售后可能在诸如油漆钣金、变速箱、轮胎等细分领域发展出专修连锁，集中在一个领域与 4S 店抢占客户，也是降低运营成本的手段之一。

关于是否涨价这一话题，门店老板还留下了这些观点：

- 如何有效地实行绩效工资制度，促进员工与公司共担共享，是门店处理成本压力的关键。
- 成本是一方面，想办法增加进厂车辆也很重要。
- 除常规保养及易损件之外，其它项目和产品都不好定价，没有参考，涨价也不是说涨就涨那么容易啊。
- 规范流程、提升形象、增加服务项目，只要修炼好门店内功，即便成本上涨也能通过提升业务量来处理压力。
- 生活还是先生存。

独家对话

开思汽配完成 B 轮累计 4 亿融资

江永兴：我们比别人快两年

○ AC 汽车

2018 年 4 月 2 日，全车件供应链平台开思汽配宣布，公司已完成 B2 轮融资。至此，B 轮累计融资额达 4 亿元。此轮融资由某行业资源机构领投，老股东复星锐正资本超额跟投，佐誉资本、华诺创投、顺为资本等机构跟投。

在完成融资之际，AC 汽车对开思汽配创始人兼 CEO 江永兴进行了独家专访。江永兴表示，开思汽配的目标是建立汽车后市场整个行业的信用体系，通过高端车型全车件细分领域切入，打造 B2B 撮合交易平台，经过三年时间，已经在技术、数据打通、交易环节、上下游 SaaS 等方面积累了经验，形成了一定的行业壁垒。

“我们现在可以很自信的说，不管是哪家企业现在开始做全车件，无论投入多少资金，基于在数据技术等方面的行业先发优势，这块我们至少有两年左右的领先期。”江永兴对 AC 汽车说。



开思汽配创始人兼 CEO 江永兴

用高端车全车件建立信用体系

开思时代成立于 2015 年 5 月，核心团队来自硅谷、华为、惠普等。江永兴曾在华为工作 15 年，并有过驻德 5 年的市场工作经验，比较了解德国市场情况，其他创始团队成员曾在美国生活多年。

江永兴认为，中国汽配供应链的路径将不同于美国，不能生搬硬套。从高端车型全车件领域切入，主要基于如下两方面的考虑。

一方面，在汽车零配件中，保养件和高频的易损件在商品属性上有快消品性质，本身渠道已经比较成熟，这种 SKU 频谱比较宽、种类比较少的品类，本质上是规模经济。虽然也有服务属性，但相对简单，有点像非处方药，有 2C 的属性。

但是全车件类似于长尾产品，SKU 过于繁复，这造成整个供应链的调度复杂，基本上呈碎片化状态。江永兴认为这种品类比较适合用互联网的思维，将其聚合成一个整体来提高整个产业链的效率，简而言之就是互联网在这个领域能够发挥的作用更大。

另一方面，国内汽配市场本质上缺少标准与信用体系，对于车主和维修厂来说，需要一个有品质的解决方案。这不是一人或一家企业能改变的，需要整个产业链协同努力。高端车领域对质量更敏感，上下游信用基础较好，价值观相对一致。因此，更容易先在高端车这个细分领域建立信用体系。开思从高端车开始，慢慢建立整个行业的信用体系。

覆盖 20 个汽车品牌 300 家供应商

开思汽配 B2B 交易平台，是典型的撮合交易模式。在

汽配供应链领域，最佳方案是撮合还是自营还未形成定论，各模式均有代表性企业。

江永兴认为撮合和自营只是一种形式，不是问题的本质。根据不同的消费场景，交易模式是动态变化的。

“如果我们觉得现有行业内有些资源已经做得很好，我们绝对是合作的方式；但是如果有些场景下存在很大的短板，又是客户所需要的，我们也有可能自己做一部分，所以这个事情是动态变化的，我们现在没有办法确定一定是撮合还是自营。”

相对而言，全车件的SKU实在太多，江永兴认为不大适合自营。利用撮合的方式，定义好规则，各自发挥优势，更为现实。

据了解，从2016年9月上线至今，目前平台上覆盖20多个汽车品牌，供应商接近300家，SKU接近1500万。

对于供应商的选择策略，江永兴表示：“像宝马和奔驰这样的单个品牌，我们选择十几家左右的供应商，有些是区域供应商，有些根据专业度来分。以奔驰为例，有些S系比较强，有些SUV比较强，还有做底盘或者电气比较强，所以每个汽车品牌我们选十几二十家，这样才能把覆盖率给做下去。”

维修厂方面，截至月底，开思覆盖70多个地市，维修厂注册超过1.5万，基本上是各地头部的20%企业，包括维修连锁和区域专修。对于维修厂，开思会考量日常维修高端车系的占比以及专业度。不管是接车量还是维修采购金额，高端车占比超过40%-50%的维修厂，是开思的主要目标客户群。

三个月引导修理厂采购行为

开思平台给客户提供的服务可分为两层，第一层是信息赋能，第二层是交易。

信息的角度，维修厂需要查询4S价格、行业标杆价格、电子目录等，会到平台上询价，注册的维修厂几乎100%产生了这种行为。

但B2B领域的采购流程比较复杂，引导过程相对较长。

江永兴介绍，成熟的区域，例如广东、福建、四川和重庆，交易比例相对较高，新拓展区域相对较差。综合来看，交易比例占到70%左右。

对于新市场，江永兴表示需要三个月时间引导修理厂在平台上进行采购。“支付、结算、开票等流程可能是跨月度的，至少需要两个月，再加上前面一个月的引导。”

从交易额来看，平台在2017年12月的交易额达到1.7个亿，同时每个月保持25%的增长。已经过去的3月份保持同样的增长速度。营收方面，在最成熟的区域，基本上是整个交易额的3%。江永兴表示，进入三个月以上的区域可以实现盈亏平衡。

以下是部分采访实录

AC汽车：开思汽配在行业中形成的壁垒是什么？

江永兴：开思汽配在整个行业里面是比较特殊的。这个行业最大的短板是信用，我们希望合作协同，建立信用体系，走赋能的路径，这和别的公司有很大差异性。我们在技术、数据打通、交易环节、上下游SaaS上是很强的积累。我们可以很自信的说，不管是哪家企业现在开始做全车件，无论投入多少资金，基于在数据技术等行业的先发优势，我们至少有两年左右的领先期。从外部来看，经过三年的行业打通，这里面也形成了比较高的门槛。另外我们整个团队的组织能力很强。

目前阶段，开思汽配虽然发展比较快，但从体量上来说，所占的比重还非常小。我们也欢迎优质的同行进来，加速整个行业的进化。未来会形成几家竞争的局面，这对行业是好事情。

AC汽车：平台上仓储物流配送的解决方案是什么样的？

江永兴：仓储物流配送要看场景，保养件和全车件不一样。保养件时效要求非常高，两三个小时就需要到货。全车件是被动采购，维修厂并不是那么着急。

从宏观上来看，汽配行业的仓储物流与其他行业不一样，已经形成行业的社会化物流，一层是干线，一层是落地配。这个行业原来是分散的，很难形成规模效应。我认为在碎片化的情况下，如果规模不够大，直接建大仓基本

上很难。所以要找到成本和效率之间的平衡点，不可能一蹴而就。

我们的逻辑很简单，看后台数据，效率在哪个环节出问题，我们从那个节点开始做，去做网络优化，给经销商赋能。我们不会从“以我为主”的思路来自建大仓库，更多考虑共享和合作。

AC 汽车：像京东、顺丰和外卖体系，您觉得他们有没有能力冲击汽配市场的物流？

江永兴：京东物流我们目前没怎么用，顺丰、各地货拉拉或者滴滴的物流，其实我们有在用，对我们来说，这是多元化的，还是和规模相关。所以刚才为什么说我们在看数据来测算成本，其实就意味着不同的物流公司和方案，我们都会采用。

我们初步判断，这个行业会形成自己的物流体系，这会是主流。打个比方，有可能 70% 的货由行业的物流公司来配送，30% 由顺丰、达达、货拉拉等社会性物流来做。我不认为会有非常开放性的物流公司来解决我们行业的问题，短期内是比较难的。

AC 汽车：您是否看好京东在收购淘汽档口之后，进入汽配供应链领域？

江永兴：我们非常欢迎京东进入这个领域，因为京东至少在品质和服务上是有保障的。

京东本质上是做商品的链接，从商品的属性来看，保养件或者车上用品，我认为它是能做的。但我们行业需要解决方案，最简单的机油和轮胎也需要服务，所以落地服务的属性非常重，并不是单纯的商品链接，我认为京东会碰到巨大的挑战。

另外全车件领域的服务类似于医生开出的处方药，数据、服务、基础设施所产生的场景，跟京东的商品品类有巨大差异，京东的物流优势在汽配行业不一定适用。我个人的观点是谨慎乐观的。

AC 汽车：您怎么看保险公司做汽配供应链？

江永兴：毋庸置疑，保险公司在汽车后市场配件领域是一个重要角色，每年理赔产生的零配件采购金额非常大，同时保险公司也是买单方，他们这么做也是合情合理。

但是我觉得他们角色定位可能相对来讲要清晰一点，从我个人的角度，不能既当运动员又当裁判。利用社会化体系，可能比封闭起来做更高效，对整个行业的效率会更好。

从维修厂的角度来看，它需要一站式的服务，事故车毕竟是低频，不可能将维修厂的需求拆成碎片化，所以维修厂需要一个较为集中化的入口。

AC 汽车：目前开思团队有多少人？

江永兴：到 2018 年 3 月有 250 人左右，其中研发团队 100 多人，市场团队 100 多人，电商运营、财务等部门大概 50 人左右。总的来说就是两头比较大，一端是市场，一端是研发。

各类人才都有自身优势，最重要的是发挥差异化优势。回到近期或中期战略来看，由于我们做全车件，端到端的零配件调度非常复杂，这个阶段我们比较需要对整个产业链有全局视角的，对供应链调度和数据分析比较强的人。

AC 汽车：开思的核心团队大多来自互联网行业，我们怎么从互联网角度看汽车后市场的现状？

江永兴：这个行业线下属性和服务属性非常重，所以不是互联网 + 后市场，而是后市场 + 互联网，产业是这个行业的根基，互联网是提升效率的工具。互联网、人工智能、区块链、云计算、大数据其实都是工具。

从供应链的角度来看，全车件这个细分品类的调度效率非常低，我们希望利用互联网的手段提升整个产业的效率，降低成本。同时互联网的客户服务能力更强，也就是所谓的体验。我觉得互联网已经成为这个行业的基础设施。

AC 汽车：开思汽配怎么平衡互联网团队和线下汽配团队的融合，怎么保证两个团队高效沟通？

江永兴：本质上要回到内核，回到人性和企业价值观。我们希望解决这个行业的信用问题，让汽配采购更放心。对公司的使命和以客户为中心的价值观的认可度来说，我们线上和线下团队是天然融合的。

当然，他们原来的背景可能有些差异：线下团队有产业经验，知道行业痛点在哪，他们会共享这方面的经验；线上团队更多地从外部视角和思路看未来变化。

AC 汽车：在完成新一轮融资后，下一阶段的具体规划是什么？

江永兴：我们现在只做了 70 多个城市，未来一是从省市区上做市场拓展，二是继续构筑核心技术能力，我们会把钱花在这些地方。

恒顺名车董事长钟沃光：一生择一事，修好车

○ 开思 · 紫阳

“这并非赌博，这是深思熟虑的决定。我们的技术团队，还有我自己的专业背景，都让我深信我们有足够的能力应对这个挑战。”

曾有人认为恒顺的平行车质保战略剑走偏锋，亦有人则疑他在豪赌企业的未来，伴随着恒顺的长足发展，质疑声日渐消散，我们现在看到的，更多的是钟沃光的运筹帷幄。

热爱汽车的执着少年

钟沃光给人的印象很直接，朴实，亲近。这位喜欢休闲装的企业家时常化身邻家大叔，笑称偶尔会被客户误以为是恒顺维修组的老师傅。自九九年创立恒顺名车至今，公司已从当年 20 多个技工的小型汽修厂发展为近 300 人规模的企业，十八个年头过去，钟沃光的笑容依旧青涩，还似那个初入行的少年。能从事自己热爱的工作并将此发展为一项事业，是很浪漫的事情。钟沃光 19 岁以学徒身份入行，在那个年代，没有先驱，一切都是摸着石头过河，历练更为深刻。“那个时候全深圳为数不多的奔驰宝马都经过我们的手，懂得维修技术的人才并不多见”，钟沃光回忆道，“当时买了很多国外的技术书籍托人翻译，自学加实践，就这样一路走来”。



创业周折，历练与沉淀

虽然捧着曾是香饽饽的技术铁饭碗，钟沃光也经历过自我怀疑和挣扎的日子。1999 年和几位老同事一起自主创业，开始以企业主的身份接受市场的洗礼，从雇员到雇主角色的转变，使钟沃光直观体会到了创业的艰辛。“初创时期特别难熬，那时候维修技术人员是铁饭碗，但当你成为一个雇主时，角色就会产生微妙变化，创业初期生意惨淡，业务很不理想，资金运营压力每月倍增”。

好不容易熬过发展初期的辛酸，公司业务进入平顺增长阶段，合伙人却因利益互生间隙，分道扬镳，那段不欢而散的经历消耗了钟沃光很多的创业热情，却也从中领悟到营商处世之道：无论是对股东还是客户，诚信和契约精神是一切的基石。

战略调整，布局平行汽车质保

塞翁失马，焉知非福。零九年初，在汽车维修业稳扎稳打的第十个年头，钟沃光开始思考恒顺更长远的发展方向。当时汽修行业已经经过了几轮洗牌，产业生态亦已不同往日，逐渐变为买方市场；与此同时平行汽车进口仍属新鲜事物，其相对低廉的价格吸引了众多汽车消费者关注，但因为售后无法保障，且不在保险公司承保范围内，加之中规车竞争对手的排斥，美规进口车一下子成了烫手山芋，客户望而却步。钟沃光却大胆地制定了一个影响深远的战略布局：以具备竞争力的价格，为平衡汽车进口企业提供质保及售后解决方案。用当时汽修同行们的话说，钟沃光这是在赌博，而且颇有几分自寻死路的意思，一旦承保期内汽车出现质量问题，恒顺将承担巨大的风险。而作为恒顺董事长的钟沃光，却并无惧怕，而是成竹在胸：“这并非赌博，而是深思熟虑的决定。我们的技术团队，还有我自己的专业背景，都让我深信我们有足够的能力应对这个挑战。”

在接下来的几年中，恒顺的汽车售后业务得到快速

发展，在平行汽车领域树立了极佳的口碑，钟沃光坦言，恒顺在售后业务的成功主要来源于“没有竞争”。“因为我们主要承保中高档车型，他们都认为其中的风险太大，得不偿失，所以在很长的一段时间里竞争对手都处于观望状态”。

而事实上恒顺确实在承担保修责任的过程中遭受过损失。“确实也出现过问题，但我们全部承担维修责任，从来没有因为客户汽车的质保问题收取过任何费用，我们履行每一张质保合约。”正是钟沃光的契约精神，潜移默化地让更多客户感受到恒顺的服务宗旨。

2014年末，国家出台了平行进口汽车的若干相关法规，平行汽车销售迎来了高速增长。在很多汽维公司意识到平行汽车售后服务的市场前景时，恒顺名车早已站稳阵脚，成为业界领头人。而这一切，都归功于5年前的一场“赌博”。

然而钟沃光并不满足，“我们仍然需要做的更好，我们的优势大部分得益于我们做的更早”。“模式和服务是可以被复制的，今天的优势不见得一定能延续到明天，我们每年都在思考更好的方向。”

合作共赢，输出品牌与技术

在平行进口车的海外订车、销售管理、供应链金融、

保险等方面，恒顺都有非常深厚的行业资源，目前已形成了一整套成熟的平行进口车销售解决方案，帮助维修厂合作伙伴快速打通豪车销售的整个流通环节，可以基于门店现有的硬件条件和客源，以少量的资金投入就能赚到卖车的利润，这只是第一步，而后续的车险、质保维修也基本锁定在门店了。

作为全国最早从事平行进口车售后质保服务的机构，恒顺有着近20年的世界名车维修服务经验，特别在平行进口车质保服务方面积累了大量运营经验和维修案例，在业界有着良好的口碑，有不少维修厂主动要求加盟恒顺品牌。

据钟沃光介绍，选择加盟合作伙伴时，恒顺会实地考察，综合评估门店的面积、设备、人员、技术水平、客源等情况。根据门店实际需求，专门定制一个可持续经营的个性化加盟方案，输出恒顺的品牌、技术、培训等为店面增加利润点。在加盟费方面，与其他连锁品牌动辄就几十万甚至上百万的加盟费不同，恒顺的做法更加灵活，甚至只需几万块钱就可以先合作起来，在钟沃光看来，门店最终能盈利才是关键，竭泽而渔的合作不会长远。据了解，恒顺已经相继为潮州、顺德、广州、兰州等地的加盟门店输出平行进口车售后质保解决方案。



恒顺名车连锁创建于1999年，总部位于深圳，专注于奔驰、宝马、保时捷、路虎、捷豹、宾利、劳斯莱斯等高端汽车维修服务，是全国最早从事平行进口车售后质保的服务机构，汇集了一批高素质的汽车维修、机电、钣金、喷漆进口车维修专业人才。

精修养护、售后质保、高端美容、汽车精品、配件销售、汽车改装、保险理赔、鹦鹉喷漆等。



广州臻理：互联网时代汽配供应商的转型之路

○ 开思·紫阳

广州臻理成立于1990年，在汽配行业摸爬滚打二十多年，臻理在广东乃至全国都有很好的口碑，营业额稳居广州汽配圈前列。

臻理从标致雪铁龙起步，先后获得雷诺、沃尔沃、路虎、捷豹、保时捷、奔驰等原厂进口配件的经营权，同时也是法雷奥、舍弗勒、海拉、马瑞利、梅施、辉门、宝孚、曼牌、3M、KS 科尔本施密特、PIERBURG 皮尔博格、马威尔、万向、西班牙 Ajusa 等品牌配件经销商。

相对而言，臻理属于较早开始接触电子商务的汽配商，在2014年就成立了电商部，负责网络推广和销售；同时也是开思汽配平台最早进驻的商家之一。近日，臻理销售总监毛建刚先生应邀受访，畅谈了对汽配电商化的心得和体会。



【对话实录精选】

Q: 臻理的市场运作方式是怎样的？与别人有什么不同？

A: 臻理采用重资产的中心仓模式，而不是连锁模式，目前臻理仅在长沙有一个分店。我们通过自己的一手进货渠道先备货再卖，现在以路虎、捷豹车型为主，还有沃尔沃、标致等车型。汽配连锁模式就是多开分店，没有库存基本靠调货，汽配城很多门店都是这种模式，现在信息越来越透明，汽配连锁会更加难做。

Q: 目前，臻理在广州汽配行业里，大概是什么样的规模呢？

A: 以营业额来说，臻理应该排名前列，因为是一手现货，品质把控比较好，美誉度、知名度在圈内比较高。营业额比臻理大的也有，因为奔驰、宝马的保有量大得多，我们在路虎、捷豹这块优势更明显。

Q: 您觉得开思给臻理带来的最大优势是什么？

A: 一直以来，臻理都以批发为主，零售很少，因为不错的行业口碑，不少零售客户是通过口口相传找到我们的。现在，

开思汽配平台提供了大数据服务，开思各地的地推人员也在快速开拓新的市场，能让迅速我们接触到、服务到更多的零售客户。

臻理非常重视在线销售，由专职的电商部门负责和平台对接，今年开始安排专人报价，单独考核，再加上一两个人负责数据分析，做好监控，更好地去配合平台、服务客户，这样效率会更高，在这方面，我们比其他同行更领先一些。

Q：通过开思汽配平台卖配件，和线下交易相比，差别在哪？

A：总的来说，开思帮我们解决了两个大问题：比如资金欠款的问题，开思会准点、定期和我们结算；再比如质保争议问题。线下交易的话，如果双方出现争议，一般很难协调；而开思作为中立的第三方，进行调解或判定，结果更能为双方认可。

当然，现在售后类问题的挑战还是比较大，这和大环境有关。一是缺乏业内公认的权威机构，二是国家也缺少这类标准，更多的是靠资深行业专家判断和鉴定。



Q：像开思这类汽配互联网平台的出现，你觉得对行业有什么影响？

A：影响肯定大！以前汽配赚钱是靠“别人不知道”，也就是信息差、时间差和渠道差。现在因为互联网的介入，信息更加透明化，同时物流快速发展，时间和信息逐渐打通，这意味着过去的高利润已经不存在。现在行业开始拼服务，就更需要系统化和标准化，这是互联网平台比较擅长的。以前没有货也可以做汽配生意，现在没货很难。

此外，以前做汽配生意人情味更重一些，现在互联网平台最大限度地去掉“人”的壁垒，人情因素会淡很多，更多的是要遵循商业规则，靠硬实力去赢得客户认可，而不是投机取巧。

臻理会努力拓展，尽量把仓储品种做齐全、提高报价率和现货供应率。如果现货供应率能做到90%，客户体验满意度就会很高。我们和电商平台做各自擅长的领域，把双方的优势结合起来。在未来，有实力的汽配供应商和开思这种有发展潜力的平台协作发展，市场空间会更大；而规模较小又没有特色的汽配企业生存压力会越来越大。

Q：臻理在各个平台的销售量怎么样？

A：总的来说，开思平台在产品体验、售后服务、订单需求量等方面更有优势，目前开思平台上的销量占臻理线上销售总额的七成左右。

Q：现在汽修行业出现抱团取暖的现象，各种合纵连横的联盟很多，对此，臻理是持何观点？

A：以前，同行之间不仅没有交流，还会互相设防。互联网让信息传递更透明、更高效了，同时经营观念、市场结构也在改变，现在汽配同行乐于交流和合作。臻理也是保持开放姿态，与同行积极交流，寻求合作共赢。

Q：能否跟开思汽配平台的维修厂客户们分享一下个人心得？

A：首先，要善于借互联网之力，借助类似开思这样的平台，把采购管理简单化、去人情化，在供应端开思已经做了非常细的筛选，维修厂可以放心采购。其次，现在市场竞争非常激烈，建议维修厂以服务客户为主，不要因为贪图小利而降低服务质量，未来的竞争一定是服务的竞争。此外，在配件这块，无论是哪里来的货，都要严格检查，坚决剔除假货。

我们希望大家一起努力，去伪存真，一起为车主们提供优质、可靠、可信赖的服务，促进这个行业健康发展！

汽车维修厂经营主体独立性与债务承担法律问题探讨

○ 张杨红

国内很多汽车维修厂，注册为个体工商户、一人有限公司、合伙公司或者夫妻共同持股的有限公司。根据最高人民法院发布的司法解释《关于民事执行中变更、追加当事人若干问题的规定》，此类公司的股东在债务纠纷中很容易被追加为被执行人。主要情况如下：

一、一人公司的股东，可被追加为被执行人

此项在规定的第 20 条中予以阐述，作为被执行人的
一人有限责任公司，财产不足以清偿生效法律文书确定的
债务，股东不能证明公司财产独立于自己的财产，申请执
行人申请变更、追加该股东为被执行人，对公司债务承担
连带责任的，人民法院应予支持。如该股东对执行有异议，
可根据规定的第 32 条向法院提起执行异议之诉，提供证
据证明自己财产独立于公司财产。

评析：企业主在日常经营活动中，应该把个人生活用
银行账户与企业经营用银行账户区分清楚，专款专用，并
且有清晰的财务记录账本。

二、被执行人为企业法人的分支机构，企业法人可被追加为被执行人

被执行人为企业法人的分支机构，无力偿债时，可以
裁定企业法人为被执行人；企业法人直接管理的财产不足
清偿，可以裁定执行该企业法人其他分支机构的财产；造
成这种现状的原因是分支机构诉讼主体资格与行为主体资
格不一致。如果该分支机构承包或出租给第三人，执行时
则应当依法保护承包人或承租人的收益。

评析：对于非大股东或者其家人运作管理或者实际绝
对控股的维修厂分店，企业主最好将分店注册为独立的有
限公司，这样，在遇到债务纠纷时，只对出资范围内的债
务承担责任，而不会牵连到自己实际掌控的总店。

三、无偿接受解散企业资产的，可被追加为被执行人

此项在规定的第 22 条中予以阐述，作为被执行人的
法人或其他组织，被注销或出现被吊销营业执照、被撤销、
被责令关闭、歇业等解散事由后，其股东、出资人或主管
部门无偿接受其财产，致使该被执行人无遗留财产或遗留
财产不足以清偿债务，申请执行人申请变更、追加该股东、
出资人或主管部门为被执行人，在接受的财产范围内承担
责任的，人民法院应予支持。在此值得注意的是，2010
年北京市高院《关于变更或追加执行当事人若干问题的意
见》中，也有具体规定。

评析：汽修厂老板在出现解散事由后，对原企业法人
对应的资产和负债要进行清算，不能直接把旧公司资产转
移到新的营业执照下面经营，否则要针对其转移的资产承
担债务责任，被列入被执行人清单，影响自身信用。

四、股东之间关于公司债务承担的约定，不能成为追加执行股东财产的理由

现实中，公司股东之间可以约定对公司债务承担的
比例和方式，这种约定在股东之间具有法律效力。根据
合同相对性原则，这种约定不能对抗第三人；同时，第三
人也不能因为这个约定来主张股东承担公司债务，更不
能因此申请追加股东作为被执行人。除非股东存在前面
论述的情形。

评析：对于公司以外的第三人，股东之间的约定没有
法律效力。不能因为股东内部约定某个股东承担所有的负
债，企业就不清偿债务。

汽服门店如何不用设立保险团队，还能一年多挣 100 万？

○ 后市场 张杰

门店增加保险业务的好处之一：多赚几十万的银子

增加保险业务，除了增加用户粘性，保险及定损理赔业务应收也是一笔不小的收入。理想状况下应该将续保率提升到 80%，事故车返厂率到 50%（店面自身无烤漆房，送修合作单位，按 15% 抽成）。

以经营较好的普通快修店面为例：有 2000 个活跃用户、10% 续保率、保险客单价 3500 元。那么店面通过保险获得的收入应该如下：

保费年产值 = 2000（活跃用户）* 80%（续保率）* 3500（客单价）= 560 万；

理赔年产值 = 保费年产值 * 50% = 280 万；

续保年净利润（不含人工成本）= 保费产值 * 5%（毛利率）= 28 万；

事故车净利润（不含人工成本）= 理赔产值 * 15%（保守按送修返佣算）= 42 万；

这笔账一算，为门店年利润增加 70 万。当然这是没有扣除人工成本的，接下来我会说，店面为了增加这块保险业务收入该如何对接资源和搭人？

门店增加保险业务的好处之二：增加用户粘性

负责任的团队会选择用户高粘性的产品，而不是高利润产品。用户一年平均 4000-5000 元的车险和修车消费闭



环在店面，对客户的绑定效果会很好。如果再将维修服务项目和车险绑定，用户粘性会增强更多。

门店增加保险业务的难点

车险是个双交付过程的产品，包括投保和理赔。保险运营是个复杂的过程，至少需要如下三类工作：

1、保险供应链管理（买手工作）

上游保险公司政策谈判和跟进（应该叫买手工作），C 端用户的需求多样，单一保险公司的产品根本无法满足店面需求。比如，用户外地车牌本地投保、过保、赔付率过高系数上浮、保险公司不予核过 诸如此类问题，都是非专业人员很难处理的，需要管理很多多的保险公司产品来应对客户的多样性复杂需求。

什么？不管？要知道汽服门店对用户的关系维护，重点就是在用户用车、修车过程中的各种疑难杂症的处理。对保险续保的漠视，带来最大的可能就是用户其他修车品类消费的逃离。

这个买手工作并没有那么容易，人力成本高，一家店面的业务量根本不够支撑一个买手的工作量。一个煎饼摊非要请唐骏来当 CEO，不是说不可以，而是只可能出现在电视剧里，还得是韩剧。

因此，买手工作更适合第三方平台去做，这样才能以将保险的上游供应链资源发挥到最大。第三方通过 SAAS、运营团队承接专业性、疑难性业务，维修店面端只要提供需求接口就好。

2、C 端客户销售工作

对用户的续保销售管理。这是店面对修车用户客户管理的一部分。通过工具提醒，和第三方平台的简化，可以做到店面管理的效率提升和及时处理。

从店面的心理安全性上也应该是店面来亲自做这块销售工作。销售场景也最合适，但是切忌抱有将 SA、维修技师培养成专业车险人员的奢望，合适的分工就是让店面人员负责销售承接，买手平台负责专业性工作。

相当于，N 家店面共享了一个买手和专业运营团队。我一直在强调，在车险销售过程中，希望通过一个算费出单 SAAS 软件解决问题是错误的，因为车险销售和出单无法完全自动化。店面在保险销售端的第一需求不是赚钱，而是粘住用户，这个属性决定了，处理用户多种多样的复杂问题才是关键。而这一点车险算费 SAAS 并不能解决。

因此，针对维修店面的车险解决方案，必然是 SAAS+运营团队的全方位支撑才可以。

3、理赔定损工作

这块业务是最复杂，和最难标准化的。对于不是以事故车维修为主的维修店面，个人建议，和钣喷中心合作，直接拿返佣即可。为了维护自己用户对品牌认知的统一性，可以一并交由自己的客服人员去承接。由客服和钣喷中心对接即可。

汽车后市场无论是人效比还是坪效比都比传统零售、餐饮行业要低很多。能够提高店面坪效的一个重要手段就是，以门店维修业务为依托，在现有客户社群基础上在车相关品类上的多元化业务延伸。

这个店面的多元化业务包括但不限于车险、二手车、新车；除了维修业务自身，其他增值业务品类，都不应该是维修店面需要搭建专业团队做的。还是那个问题，一

个店面的业务量无法支撑任何一支专业团队来干这个事情。

因此，第三方的赋能机构应运而生。他们聚焦于 IT 和专业运营团队打造，最终成为接口级产品给到维修店面。对店面的赋能宗旨是：帮忙不添乱。

我们会看到：

1. 有很多看似保险代理的公司，为维修店面提供专业性车险咨询、出单、定损理赔服务；
 2. 有很多看似是配件代理的公司，为维修店面提供一站式的配件采购服务，店面可以放心的将采购、库管要求进一步降低；
 3. 有很多看似是二手车的公司，为维修店面提供二手车收购、帮卖、金融等一系列服务；
 4. 有的会给门店提供系统化和连锁化的运营支持，让传统维修店面从经验主义变为具备连锁经验的强竞争力店面，具备更好的和各个模块对接的能力，具备更好的伸缩性；
-

这一类公司都在传统领域有他的影子，但又不是传统行业的那个形态。他们在新连锁体系下，以一种新的形式出现，虽然各个业务千差万别。

但他们有一批共同的用户，维修门店；

但他们输出一个共同的产品，针对维修门店的服务；

但他们有一个共同的企业特征，服务型企业；

当然，在店面做多元化之前，各位老板还是先想想怎么先把维修项目先做好。



汽配 3·15 | 开思汽配入选中国诚信企业展播榜

○ 开思·紫阳

中国领先的科技新媒体——《极客网》经过严格筛选和评审，3月15日向公众推荐了一批近年来诚信至上、发展迅速的创新型企业及其带头人，他们既代表着中国的现在，也代表着中国的未来。

开思汽配及创始人江永兴入选此次中国诚信企业展播榜，传播诚信经营正能量，让汽配采购更放心！

开思汽配倡导诚信经营，对假货零容忍

开思汽配在供应商管理上有极其严格的准入考察和认证流程。通过完善的交易规则和评价体系，构建数字化质量标准和信用体系，为用户提供放心、可靠、有质保的汽配产品。截止 2017 年底，开思汽配联合汽修厂已累计服务高端车 300 万台。

数据显示，开思汽配退货率低于 3%，而行业平均为 15-20%；平台售错率小于 1%，远低于行业平均 5% 的出错率。从维修厂端的反馈看，“在开思买配件，质量有保障”，能省下大量鉴别真假、对比优劣的时间，没有了

无后顾之忧，可以将精力集中在自己擅长的维修保养服务上来。

携手共建汽配行业的数字化信用体系

在“大、散、乱”的汽配行业，长期存在假货横行、劣币驱逐良等乱象，行业发展备受制约。

正本清流还任重道远，仅靠开思汽配的力量远远不够，还需要产业链上下游企业协同合作，利用良好的互联网基础设施，共同构建数据驱动的质量标准和信用体系。

只有这样汽车后市场才会持续健康、繁荣发展，车主才能享受更优质的产品和服务，美好车生活才会随之而至！



2018 开思汽配供应商大会圆满落幕

○ 开思·阿临

1月20日，以“**开放·合作·共赢**”为主题的2018开思汽配供应商大会在广州圆满落幕，来自全国各地的优秀汽配供应商、行业协会、权威媒体的近两百名代表齐聚一堂，共同探寻汽配电商化转型之路。

主要嘉宾

- ◇ 厦门丰驰汽配有限公司 董事长 李继量
- ◇ 广州资千贸易有限公司 总经理 黄利
- ◇ 中鑫之宝 创始人 田玉峰
- ◇ 舍弗勒汽车售后事业部 大中华区高级总监 顾钧
- ◇ 曼胡默尔（曼牌）南区大区经理 舒涵
- ◇ 上海智配供应链股份有限公司 执行董事 陈楚生
- ◇ 犇犇汽配 执行董事 庄卓明
-

现场精彩语录

开思时代 CEO 江永兴为大会做了主题为“开放、合作、共赢”的报告演说。他用20年以来全球市值最高的TOP10企业名单的变化，来说明领先企业互联网化、数据化的大趋势。**2017年的TOP10榜单中，有6家互联网公司、1家软件公司**，取代原有的10年、20年前榜单中能源、银行、电信等垄断行业公司。



“走老路，永远到不了新地方”，江永兴说。针对汽车后市场规模大、经营散、管理乱的现状，他提出，**开思利用数据和技术优势，搭建高效的交易平台，提供可靠的ERP管理工具，提升汽配市场的专业化，让产业链上下游充分发挥**

自己的优势，从而提升产业效率，让汽配采购更放心！

在万亿级规模的汽车后市场，个体的力量毕竟有限，难以全面撬动行业资源。江永兴强调，“**开思将坚持以开放的心态，与产业链上下游紧密合作，各攻所长，共同打造汽配行业数字化的信用体系，实现多方共赢**”。

厦门丰驰董事长李继量给大家分享了丰驰供应链管理方面所做的探索。李继量说，丰驰的管理理论源自于系统论、信息论、协同论的系统理论科学。

“**汽配销售是个聚沙成塔的过程。**”如何才能把进口、物流、财务、产品、销售等各业务系统有效地衔接起来？**一方面要建立起强大的组织系统，把人管好，另一方面还要利用ERP系统，提高跨部门协同效率。**在李继量看来，汽配供应商如果想要得到更大的发展空间，视野要更加宽广。“**ERP不仅要对内，还要做好对外功能。ERP接口还要可以开放给其他平台，比如开思，或者是开放给其他客户。**”



厦门丰驰汽配有限公司 董事长 李继量

广州资千总经理黄利给现场带来了自己纯电商模式的经营心得。与其他配件商不同，**资千取消了传统汽配企业中的销售岗位**，将库存的零件号匹配信息与开思系统直接对接，所有询单报价完全通过系统自动完成，无需人工报价。

“**现在我们汽配企业的最好时候，**”黄利说，“**第一，公正的商业环境。**其实我们大家真正的竞争对手是市场上卖假货的，假货风险全部由汽配企业承担，真正的受益者

却是维修厂和保险公司。互联网给我们提供了转型的机会，让我们能够堂堂正正在平台上卖正品。**第二，合理的新秩序。**税务管控以后会越来越完善，依法纳税将成为常态，严谨的财税系统加上透明的互联网平台，商品溯源将变得更简单，改包之类的现象将无处藏身。**第三，高效率低成本。**零件号的数据化管理，让我们无需花大量时间和成本培养传统的报价员，错误机率极低，报价效率却大大提高。我们汽配企业用正规的方式经营，采取互联网的方式，一样能活得很好，而且活得有尊严。”



资千汽配总经理 杨利

中鑫之宝创始人田玉峰从下游汽修厂角度，阐明了品牌件对于汽修企业的重要意义。

“原厂件无论对社会汽修企业来说，还是对上游经销商来说，都是一件费力不讨好的事情，环节复杂，售后难，利润薄。上下游协同起来，加强品牌件的推广，特别是全车维修件的品牌推广，是维修厂的迫切需求。”

舍弗勒汽车售后事业部大中华区高级总监顾钧从生产厂家的视角，给大家做了独立后市场的分析。“除去4S体系的部分，中国维修件独立后市场规模持续增长，预计未来5年平均增速高达22%，市场规模将于2022年达到630亿元。”



舍弗勒汽车售后事业部 大中华区高级总监 顾钧

他认为，“目前中国汽配流通的问题就像堵车，是堵塞问题。不是市场上没有优质的品牌件，而是在传统渠道中品牌件下不去，只能渗透到三级城市，再往下四五级就比较难了。我们期待，在传统渠道外，能有一条快速通道，有类似开思汽配这样的平台，为汽车流通行业创造一个ETC快速通道，打通流通环节，让品牌件能够到达终端维修服务商。”

顾钧与大家分享了选择合作伙伴、做决定的原则，“以道、情、利三个字为基础。道，是这件事对不对；情，是与有感情的人一起做这件事；利，是商业利益。道、情、利，道是在第一位，而不是反过来。”



“闪电发货奖”颁奖现场



“售后无忧奖”颁奖现场



“报价能手奖”颁奖现场

开思汽配 & 新概念达成战略合作 聚力服务高端车

○ 开思 · 诚心

3月8日，开思汽配与广东新概念汽车服务集团正式签订战略合作协议。开思汽配创始人及CEO江永兴、联合创始人宫大鹏，新概念集团董事长罗燕雄、技术总监邱一凡、运营总监李振华等出席活动。

源于目标和需求的一致性，双方从初次沟通到合作落地，只用了短短一个月的时间。战略合作协议的签订，标志着双方合作进入新阶段，未来将在高端车全车件供求上实现无缝链接。

开思汽配江永兴表示，目前汽配市场处于野蛮生长、劣币驱逐良币的阶段，没有明确统一的标准，假冒伪劣的情况时有发生，严重损害车主和汽修企业利益。开思

汽配专注高端车、致力全车件，与新概念集团“奔驰宝马奥迪专修连锁”的定位高度契合，开思将提供质量有保障、采购更放心、管理更高效的汽配供应链服务，联合新概念集团为广大高端车车主提供更优质服务。

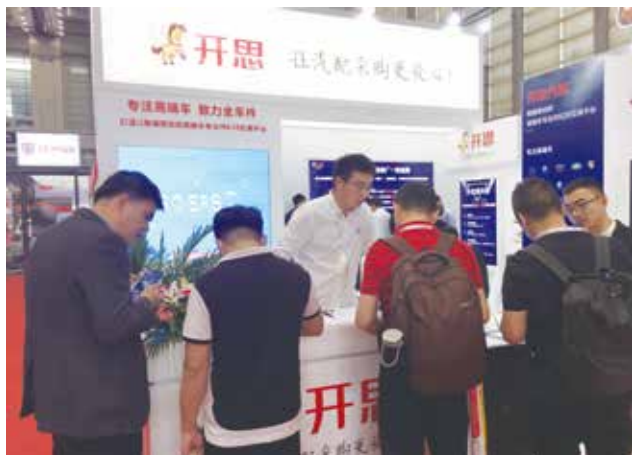
在新概念集团罗燕雄看来，高效的平台化采购体系是汽修连锁经营成功的关键。开思汽配平台汇聚了行业优质的源头供应商，配件满足率97%以上，可以大幅提高采购人员的工作效率，完善的交易规则和评价体系让汽配交易更规范，而开思的质量管理和售后保障体系可以让门店的汽配采购没有后顾之忧。



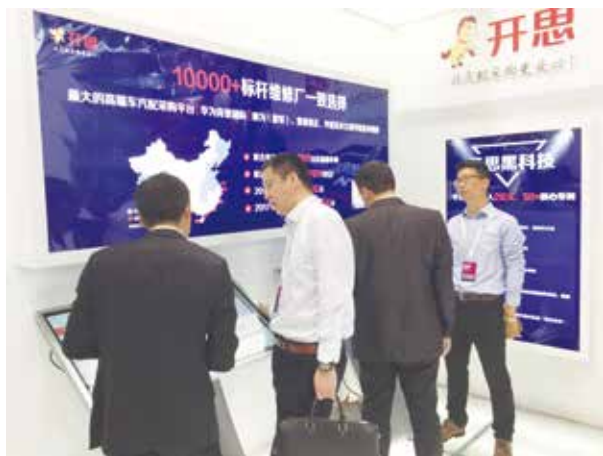
开思汽配闪耀 AAITF 春季展

○ 开思 · 诚心

2月28日，AAITF春季展在深圳会展中心拉开帷幕，作为中国汽车后市场的开年大展，AAITF聚集了超过50个国家、地区的近4000家汽车相关企业参展。开思汽配交易平台、1号车间ERP闪耀亮相，吸引了诸多汽修、汽配、协会及媒体界行业人士驻足展位观摩、交流。



在万亿级的汽车后市场，开思汽配聚焦高端车细分市场，致力打造数据驱动的汽配供应链体系，通过上游供应商网络、下游维修厂网络，最终把车、人、产品和服务连接起来。



现场体验开思电商平台



仔细聆听讲解人员的平台介绍

1号车间，作为开思汽配另一拳头产品，在展会现场同样备受瞩目。1号车间贯穿车主服务、门店运营、配件采购、财务管理等模块，助力构建一流的门店管理体系。终端维修企业根据自身需求，可以选择旗舰版或经典版。旗舰版用户基本上是社会维修体系的龙头企业，经典版用户多为规模较小的单体汽修厂，目前已有1000余家维修厂使用。



工作人员介绍1号车间

开思汽配受邀参加 2018 年终端门店转型升级高峰论坛

2月28日，由一马传媒、《汽车售后服务》杂志社、九州国际传媒集团联合主办的终端门店转型升级高峰论坛在深圳会展中心举行，近千家行业精英齐聚一堂，共同见证终端门店转型升级的重要时刻。



开思汽配受邀参加，创始人兼 CEO 江永兴做了《共建数字化供应链体系，让汽配采购更放心》的主题演讲。

江永兴指出，当前汽配市场质量不一、鱼龙混杂的情况，归根结底是市场缺乏标准导致的，开思汽配希望和大家一起，通过开思汽配电商平台，将配件供应链充分数字化，提高供给效率，提升门店服务质量，最终为车主提供优质、高效、满意的服务。



开思汽配荣获两项国家级大奖



1月18日-19日，由国家发展改革委宏观经济管理编辑部、新华社半月谈杂志社和对外经济贸易大学中国国际品牌战略研究中心等单位共同举办的“2018 中国改革创新与诚信建设高峰论坛暨改革创新成果巡礼主题活动”在北京人民大会堂举行。第十一届全国人大副委员长周铁农、知名企业代表共500余人出席参加了活动，开思汽配作为汽车后市场唯一企业代表受邀出席。

活动以“改革创新 诚信中国”为主题，通过多种方式与渠道，推选出一批在改革开放四十年中，坚守诚信本质、锐意改革创新、砥砺前行的先进典型。同时，活动借助新媒体全网舆情监测、大数据、云计算以及专家评审相结合的评价方式隆重推出系列榜单，在见证国家走向辉煌

的伟大时刻，书写企业与国家共成长的历史篇章。

1月19日，主办方颁布了各大荣誉奖项，开思汽配荣膺“2017 中国改革创新先锋企业”、创始人江永兴被评为“2017 中国改革创新优秀企业家”。开思汽配致力于构建以数据驱动为基础的行业标准和信用体系，力求彻底解决中国汽配行业“地沟油”问题，用互联网技术提升整个产业的效率。开思汽配倡导诚信经营，通过新技术赋能传统产业，获得上下游合作伙伴的肯定。

未来，开思汽配将继续深入贯彻中共中央、国务院《国家创新驱动发展战略纲要》精神，坚持变中求新、新中求进、进中突破，努力走出一条转型发展、创新发展之路，为汽车后市场的健康、有序发展贡献力量。



开思荣膺“2017 中国改革创新先锋企业”



江永兴荣膺“2017 中国改革创新优秀企业家”



开思汽配获得 2018 汽车服务金勋奖



2018 年 3 月 3 日下午，2018（第六届）汽车服务金勋奖颁奖盛典在北京丽都皇冠假日酒店隆重举行。汽车后服务产业各领域的大咖新秀共计 300 余人汇聚一堂，共同见证了这一荣耀时刻。

开思汽配进入汽车服务金勋奖产业互联网 Top30！仅仅上线 1 年多，开思汽配的业务迅速从深圳拓展到全国 60 多个城市，已联合 10000 多家标杆维修厂累计服务 300 万台次高端车。配件品类采购需求超过 70 万 SKU，2017 年配件采购需求 21 亿元，月销售额过亿元，开思汽配已成长为中国最大的全车件 B2B 交易平台，此次荣获金勋奖可谓实至名归。

汽车服务金勋奖是业内唯一通过实地调研、专家评审及微友票选的极具影响力的权威奖项。本届金勋奖评选引入五维竞争力评价模型、通过 13 个关键指标评测打分，专业性与公正性，得到了行业的高度认可，同时，模型与评价指标的确立与优化，也将引领行业更加有序健康的发展。





○ 李国锋

近日，开思汽配与湖南商学院签署产学研合作协议，双方将充分发挥各自资源优势，加强校企产学研合作，实现校企双方资源共享、理论与实践的深度融合，加强教研成果的产出和产业应用。

经过友好协商，双方拟在互联网技术、汽配电商、市场营销等领域开展长期、深度的校企合作。开思汽配有自己的培训体系，并创立了开思学院。

双方表示，通过有效整合校企资源，发挥湖南商学院与开思学院各自优势，建立合作办学、合作就业的紧密型校企合作机制与体制，将培养出一批召之即来、来之能战、

战之必胜的汽车后市场实战型人才。

湖南商学院是一所以经济学、管理学为主，涵盖经、管、法、文、理、工、艺等学科的省属全日制普通高等学校，理论经济学、应用经济学、工商管理三大主干学科入选2017年上海软科发布的“中国最好学科排名”前25%。

学校遵循“至诚至信，为实为新”的校训，坚持立德树人，以育人为本，以教学为中心，坚持培养基础扎实、综合素质高、实践能力强，具有市场意识和创新精神的应用型高级专门人才。



开思

让汽配采购更放心！



星人物：开思金马员工刘锦国

○ 张杨红



刘锦国，人称开思书法家，歌王。2016年11月8日进入开思汽配，算是老牌客户经理了。

选择开思，源自创业梦想

2014年，刘锦国进入一家车联网公司，从此步入汽车后市场行业，行业的混乱和复杂状态，让他觉得大有可为，潮汕人骨子里的创业欲望冒出来了。他决定在行业内找到一个靠谱的创业团队，加入进去成就自己的创业梦想。

回想当初，刘锦国觉得加入开思是非常正确的选择，契合自己的创业梦想。作为一个快速发展的企业，开思给员工提供了很多的成长机会，只要资质达标，员工可以选择跨部门横向轮岗或者部门内部纵向调度；同时，创始团队来自华为、富士康、惠普、比亚迪等大企业，拥有扎实的技术能力和先进的管理理念，具备很强的竞争力。

一年多来，刘锦国感觉自己的心态发生了翻天覆地的变化，不再是做一份谋生的工作，而是在创业，是和同事们一起在改变行业现状，在完善行业生态上留下自己的一份印记。

厚积薄发，业绩快速成长

开思为员工提供定制化的培训课程，帮助新人快速进入状态。每天回公司总结分析，检讨当天工作得失，拟定改进措施，慢慢下来，养成了一种习惯，业绩会自然越来越好。

开思的客户经理们各有各的性格和特色，刘锦国就属于默默努力，坚持学习，水到渠成的成功典型。刘锦国做客户，有点水磨工夫，多拜访，多帮忙，各个流程都去沟通了解，挖掘客户深层需求。刚开始的时候都是帮客户下单，搬货，对账，慢慢建立了信任关系，也在服务过程中，给出了很多改善建议。

刘锦国大部分的客户都是口口相传加入开思平台的，老客带新客，留存率高，厚积薄发，成长特别快。2017年12月，他获得了市场部“月度之星”；2018年1月份，开思年度总结大会，他又被评选为开思“金马奖”员工。截止目前，刘锦国的个人活跃用户高达100余个，且还在快速成长中。

价值认同，持续迸发潜能

在开思，刘锦国的工作不仅让自己成就感倍增，而且也获得客户、同事的高度认可，积攒了很好的个人口碑。他为从事着这份有意义的工作而自豪，也是其最大工作动力。

刘锦国业绩好，也为内部团队贡献了很多经典案例，被选拔参加2018年初开思学院市场部的业务管理人员培训。结业典礼上，他展示了自己的新年规划，继续贡献经典服务案例，提高管理技能；以更好的精神状态带领深圳的市场团队精益求精，继续强化深圳这一标杆市场的影响力。



奥迪涡轮增压器损坏原因探析与养护技巧

○ 刘志伟

涡轮增压器损坏是奥迪 4.0T 发动机故障的常见表现，而且存在重复维修。涡轮增压器损坏后，主要有以下现象：

1. 发动机异响、明显抖动
2. 发动机无法启动或启动困难，无怠速
3. 加速时发动机发出异常噪音

如果出现以上现象，可以判定废气涡轮增压器损坏，比如出现涡轮叶片磨损，轴松旷、断裂、涡轮整体脱落等等。

更换新的涡轮增压器一段时间后，故障很快再次出现，很多人可能会认为是涡轮增压器配件本身质量不行，其实不然。通常，这些故障很少是由涡轮增压器本身引起的，大多数情况下，涡轮增压器本身就是“受害者”。在安装前，必须严格执行安装标准，详细检查是什么问题导致涡轮出现问题，只有找到根本原因才能避免重复维修。

涡轮增压器损坏的六大主要原因

（一）非法改装升级发动机电脑，提高发动机功率

不少车主会通过改装升级发动机电脑来提高发动机功率，殊不知这样会带来隐患。车间诊断时，检查发动机控制单元的外观及硬件版本，如果硬件版本号出现了“X”，则说明进行了非法升级。

硬件零件号：
零件号：
硬件版本号：
软件版本号：

4H0906014
4G0900014
H82
0009



（二）没有按照保养周期进行保养

检查保养记录是否齐全，是否根据保养周期进行保养，因为缺保或漏保也是导致涡轮增压器损坏主要原因。例如，未定期更换机油及机油滤清器会导致机油脏污，影响涡轮增压器机油供给，进而损坏涡轮增压器。从这也可以看出，定期保养有多么重要。

（三）进气系统出现泄漏

检查维修历史是否有进气系统相关维修，目视检测进气歧管外观，电脑状态中是否有相关故障码等。

（四）机油滤清器安装错误

检查机油滤清器安装情况，如果未对中安装，则部分发动机机

油可能不经过机油滤清器而进入到机油循环中，将损坏涡轮增压。

（五）机油滤清器底座旁通阀安装错误

拆下机油滤清器，检查底座旁通阀安装是否正确。如果旁通阀错误安装，则当机油滤清器由于杂质过多而被堵塞时，旁通阀不会打开，导致润滑系统无供油，进而损坏涡轮增压器。



（六）废气涡轮增压器的机油供给不足

涡轮增压器进油管 / 回油管堵塞、机油供给模块滤网堵塞、止回阀卡滞等，都可能导致机油供给不足，需要逐步排查，找到问题的根本原因。

作为车主，可以从哪些方面延长涡轮增压器使用寿命？

（一）正确操作

着车后先预热一分钟再上路。在长时间行驶或跑完高速后，特别需要静态怠速等待几分钟后才能熄火。因为涡轮增压器并没有自己独立的冷却和润滑系统，是依靠发动机冷却和润滑系统的。这就意味着，发动机熄火就会使冷却和润滑系统停止运行。如果即时熄火，让发动机停止运行，极易烧坏昂贵的涡轮增压器。

（二）使用稳定可靠的机油

传统的矿物、半合成机油不太容易满足使用要求，只有优质的全合成机油才能胜任，能有效的抑制机油的碳化，冷启动润滑性能才更有保障。同时，定期更换机油，使用周期不要超过 6000 公里。

（三）保持空气滤清器的清洁

发动机空气滤清器是阻挡空气中灰尘或杂物进入发动机的重要屏障，是决定涡轮增压器寿命的重要器件之一。高速旋转的涡轮增压器一旦吸入灰尘或杂物，容易导致高速旋转的增压器浮动轴承或叶片磨损、位移或变形，并迅速损坏。

真假鉴定：宝马 5 系发动机机脚胶真假原厂件对比

○ 刘志伟

本期跟大家分享宝马 5 系发动机机脚胶（零件编码：22117935149）真假原厂件对比分析：

一. 看外包装

马机脚胶原厂件是有独立外包装的，如果商家提供的机脚胶没有外包装，就要格外注意。



二. 看机脚胶上配件的标识

通过宝马原厂 ETK 系统，可以查到本文所探讨的机脚胶（零件编号 221177935149）是替换机脚胶（零件编号 22116785601）的，而系统显示后者可以查到截止日期是 17 年 2 月，说明即使零件编号为 22117793149 为原厂正品，最早也要在 2017 年初才会市场流通。也就是说如果机脚胶上标识注明的生产日期早于 2017 年的话，明显是不合理的。



三. 机脚胶安装螺丝的位置

原厂机脚胶三个安装位置都有不一样的铸造标识。假冒的机脚胶安装螺丝位置附近没有任何铸造标识。



四. 机脚胶盖板标识

原厂机脚胶盖板上的宝马标识清晰、层次分明，格子方框内原厂是分布有识别点。



五. 宝马标识

通过放大镜放大 20 倍后，机脚胶原厂件宝马标志层次分明、清晰。而假件则明显粗糙，边角不平整，缺乏层次感。



汽车蓄电池检测与养护技巧

○ 刘志伟

对于加“水”型铅酸蓄电池，在日常维护中需要定期检查电池液液位及密度（原液 + 蒸馏水比例）。当电池液不足时应及时添加“蒸馏水”，同时应该用专用工具检查电解液的密度。

免维护铅酸蓄电池一般通过“观察孔”，不同厂家设计不同，看标注颜色区分蓄电池状态。

这两种电池都可以通过电池检测仪来进行检测，可以更为精准。检测电池的寿命及电池电量，从而预先判断是否需要更换。

1、电解液不能跟蒸馏水混淆使用

对于需要添加电解液的免维护电池，第一次必须添加的是“电解液”，而不是添加“蒸馏水”。比如保时捷的电池（零件号：958 611 110 20）出厂时是没有电解液在里面的，首次充注就必须添加电解液，而不能添加蒸馏水。



小技巧：用一枚硬币可以轻松拧开加注盖，同时还可以避免把加注盖的螺纹拧滑

2、操作不当导致电池过度放电，无法充电怎么办？

通过并联一个正常的电池，然后再接充电器进行充电，这样可以救活过度放电的电池。不过所需时间会稍微长点。



并联充电修复过度放电的电池

3、更换电池注意事项

更换电池前，最好先对电池进行寿命检测然后再安装，安装后必须做漏电测试。很多车主会加装某些电子设备，像停车监测类的设备通常会接“常电”，这样即使车熄火了，电池还是处于耗电状态。如果超出标准的漏电量 0-50mA（因车而异），就容易因过度放电造成损坏。另外，部分车型更换电池后还需要复位，不然会亮电池故障灯，例如：宝马。

12 伏锂离子蓄电池，一种全新的汽车蓄电池

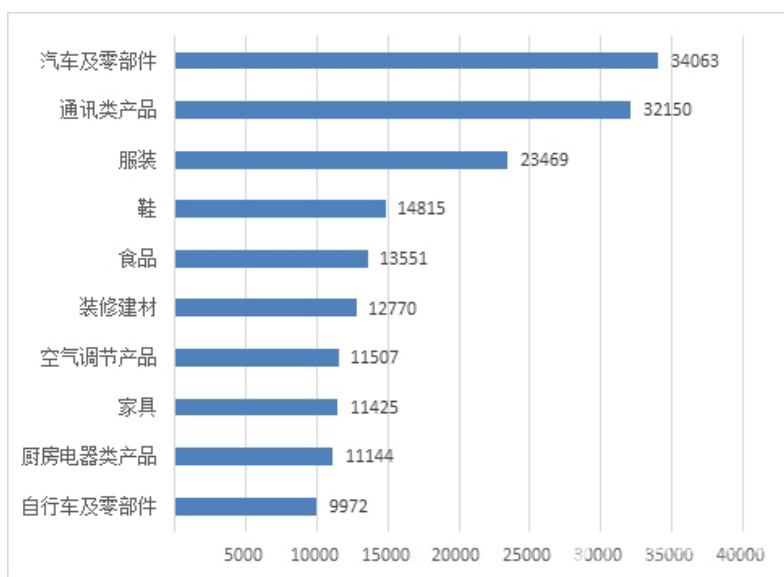
相对于铅酸蓄电池，12 伏锂离子蓄电池是一种新型汽车蓄电池，已开始应用在轿车上。锂离子蓄电池首次应用在梅赛德斯 - 奔驰 SLS AMG 黑色系列车型上。现在它更多地应用在 C 级车（车型系列 205）上。该蓄电池的主要优势是其重量明显减轻，虽然其外壳比 AGM 蓄电池（可溶性玻璃垫）高出约 6 毫米，重量却量减轻了约 50%。



热点聚焦

中消协：2017 汽车及零部件投诉量居首

根据全国消协组织受理投诉情况统计，2017 年全年全国消协组织共受理消费者投诉 726,840 件，解决 552,398 件，投诉解决率 76%，为消费者挽回经济损失 51,639 万元。其中，汽车及零配件投诉量 34063 件，占总投诉量的 4.686%，位居商品和服务投诉首位。



商品和服务投诉量排行榜（数据来源：中国消费者协会）

汽车及配件质量问题严重，其中在后市场环节消费者反映的主要问题有：一是汽车维修技术不过硬，维修服务质量差，多次送修仍不能排除故障；二是擅自使用质次价廉的汽车配件，未按约定使用原厂配件而以伪劣配件替代，无法提供质保等问题。前者是因为维修技术水平良莠不齐，不少从业者缺少系统、规范的培训；后者则是行业缺乏质量标准和信用体系所致。

创新驱动 中国自主品牌汽车零售总体较好

2018 年前 2 个月，中国乘用车品牌销售分化进一步明显，其间豪华品牌汽车零售同比增长 37%，消费升级态势明显；主流合资品牌汽车零售同比增长 1%；值得注意的是，中国自主品牌汽车总体零售较好，其中民营自主品牌汽车零售同比增长 14%。

据中商产业研究院大数据库显示：2018 年 2 月中国汽车零配件进口金额达 2268.6 百万美元，同比下降 7.8%。1-2 月中国汽车零配件进口金额达 5370.7 百万美元，同比增长 15.9%。

我国新能源汽车保有量超过 160 万辆，占世界的一半

科技部部长万钢 3 月 10 日在十三届全国人大一次会议记者会上介绍，截至 2017 年，我国电动汽车、新能源汽车销售量已达到 77 万辆，保有量超过 160 万辆，占世界的一半。

万钢表示，发展电动汽车可以优化能源消耗结构，减少石油依存度；还可减少大气污染，特别减少城市中的大气污染；此外，以电动汽车作为载体，对于自动驾驶、人工智能技术的应用将采用共享模式，有特大的潜力来帮助缓解交通拥堵。

汽车进口关税下调，进口高端豪华车或成最大受益者

国务院总理李克强在 2018 年《政府工作报告》中明确，积极扩大进口，办好首届中国国际进口博览会，下调汽车、部分日用消费品等进口关税。

业内普遍认为，进口车关税逐步降低，将为汽车市场带来多项利好，包括消费者选择更多样、提升进口车市场竞争力、倒逼企业产品升级等，推动我国汽车产业发展。

全面解除限迁，持续推进二手车交易有望加速

目前二手车行业正当政策风口，近期持续利好催化，商务部表示将继续推动全面取消二手车限迁政策，加快修订《二手车流通管理办法》，推进二手车信息和信用体系建设，规范二手车交易秩序，促进二手车市场潜力进一步释放，宜昌、大连、安徽、吉林等地也相继落实二手车解除限迁政策。此次相关政策信息的释放将打破传统的二手车流通限制，推动全国范围内主要城市在 2018 年取消二手车限迁，加速二手车行业的发展，为二手车经销商带来新的利润点。

小鹏汽车 G3 是一款自动驾驶级别的车型

4 月 23 日下午，小鹏汽车 G3 的国内首秀发布会上，小鹏汽车董事长何小鹏如是说，即将交付给消费者的 G3，是一款实现 2.5L 自动驾驶级别的车型，“没有 100% 对标的车型，接近对标的可能是 model 3。”这款车的价格区间在 20 万 -28 万，将于 4 月 26 日全球移动互联网大会 (GMIC) 首日启动预定，并在年底前完成交付。

G3 的价格显然比最近某家友商发布的价格高出不少，但何小鹏说：“我是在 AI 汽车下想把性价比做好，因为价格做得很低，一定会在某些方面有损失，事物是平衡的。”

2018 年第一季度豪华车销量盘点

2018 年第一季度，奔驰领衔第一军团，以将近 17 万辆成绩领跑国内豪华车市场，1-3 月同比增长 17.2%，与奥迪（15.4 万辆）、宝马（15.3 万辆）已经拉开一些距离。在第二阵营中，凯迪拉克称得上绝对的优胜者。3 月凯迪拉克销量达到 1.8 万辆，同比大增 45.6%，一季度累计销量 5.5 万辆，同比增长 40%。不仅月均销量领先第二名 6 千辆左右，增速更是远超其他品牌。雷克萨斯反超捷豹路虎，夺得第二阵营亚军，一季度雷克萨斯累计销售 3.8 万辆，同比上涨 31%。

Pal-V 飞行汽车明年完成交付

在 2018 年日内瓦车展上，Pal-V 公司正式发布了旗下首款量产飞行汽车——PAL-V Liberty 飞行汽车，据悉，新车将于 2019 年完成首批交付。



外观方面，新车采用了三轮设计，当起飞时放开螺旋桨和尾桨就可以变身旋翼飞机，这一完成的变形过程将耗费大约 10 分钟。

性能方面，新车陆地行驶速度最高可达 160km/h，飞行速度可达 180km/h，陆地行驶模式下，最大续航为 1315km，在飞行模式下最大续航为 500km。

PAL-V Liberty 飞行汽车需要用户获得一个飞行员驾驶执照和道路汽车驾驶执照。由于这是一个旋翼飞机，飞行执照上还需要有 35 个小时的飞行记录，PAL-V 首席执行官丁格曼斯表示：“在 2019 年一经获得全部认证，我们会将 PAL-V Liberty 的汽车钥匙交到首批客户的手中。”

滴滴与北汽签约合作，进军汽车制造

滴滴出行 (Didi Chuxing) 于 3 月 8 日宣布进一步进军汽车业，与总部位于北京的汽车制造商北汽集团 (BAIC) 合作，共同设计汽车。

这是滴滴与各大汽车制造商签署的协议之一，这些协议模糊了汽车业与互联网共享经济之间的界线。一些分析人士认为，汽车行业最终将出售“出行服务”，而非汽车。

滴滴和北汽将在运营电动车车队和充电站方面开展合作。滴滴将首次协助北汽设计汽车，显示出滴滴对汽车制造变得更有兴趣。

宝马与区块链公司 VeChain 合作 追踪汽车修理历史和驾驶行为

据 pymnts 网站报道称，区块链供应链管理及加密货币公司 VeChain 已经将其品牌名称更新为 VeChain Thor，并且确认与宝马公司达成合作关系。VeChain Thor 是一家区块链服务公司，专注于提供供应链管理领域解决方案，并提供产品质量追踪和真实性管理服务。本次与宝马公司合作，他们将部署其区块链工具，帮助宝马追踪汽车维修历史、车辆行驶行为、以及其他相关数据。

德式精养店中店

2万投入, 15万产值回报!

门店转型/升级只需快准狠!



快

• 快速, 体验中心+服务承诺
快速建立车主信任!

软件+硬件双管齐下, 快速建立车主对门店的信任!

准

• 标准化, 可视化的标准操作流程有效提升用户体验

通过德式精养换油12式打造标准化流程, 提高员工效率, 形成差异化, 提高客户满意度。



狠

• 力度要狠, 2万投入,
1-3个月带来15万产值的秘密

通过积分会员服务体系, 让销售变简单, 快速锁定客户, 提升门店收益。



我们将为车主打造“五星体验 三星消费”的汽车服务门店

全国招商热线: 400-007-8848