

何以制胜 解读北京现代高品质密码

董秋彤

这是一个刷爆网络的热词时代。当 duang-duang-duang、蓝黑色、白金、柴静派刷爆朋友圈时,汽车行业的网络热词也不少,诸如“最惊艳车型”“颜值最高车型”“最萌车型”等等。其中,第九代索纳塔从2014年初纽约车展的首次惊艳亮相,到韩国和北美市场的出色表现,再到中国广州车展的正式亮相,第九代索纳塔当之无愧成为刷爆朋友圈的“最惊艳车型”。

作为一款经典车型,索纳塔品牌砥砺前行30年,经历了9代传承,并见证北京现代13年成长历程。如果说第八代索纳塔实现了北京现代在中高级车市场从无到有的突破,那么第九代索纳塔的到来,将以新一代旗舰领军车型的身份,实现北京现代在D级车市场从有到强的跨越,构建起北京现代“纵向加长,横向加宽”的完备产品阵线。

13年品质保障: 源于出厂前的精耕细作

在北京现代13年的发展历程中,索纳塔是企业创立之初的开山功臣,也是北京现代彰显“品质之道”的核心产品。自成立以来,北京现代始终保持着对产品质量和品质的敬畏,通过孜孜以求的态度赢得消费者青睐与信任。从2002年第一辆索纳塔下线到如今累计销售600万辆,过去13年间北京现代坚持“以质量制胜,以品质立足”,采取体系、技术与管理三管齐下的方式,将品质理念全面贯彻到设计、采购、生产、销售、售后等各个环节。

从品质管理的流程来看,北京现代品质管理大体分为两个阶段:第一个阶段,就是出厂前的精耕细作,包括研发设计、供应商管理与生产管理;第二个阶段,是出厂后与经销商及消费者积极对话,及时响应消费者需求,集中体现为出厂检测、销售服务与售后服务。

研发设计:三大中心全球品质VS本地需求。依托于现代汽车的全球资源,北京现代多款车来自韩国、北美和欧洲三大研发中心,如现代旗下经典家用车型悦动来自韩国南阳研发中心,“流体雕塑”的首款代表车型ix35来自欧洲法兰克福研发中心,第八代索纳塔由现代汽车美国研发中心研发设计,该中心以概念车研究见长。

此外,北京现代还斥资5.1亿元建成国内一流的“北京现代技术中心”,针对中国市场需求开展“本土化”研发和改动,使北京现代能够生产出符合本土市场需

对于历经30年传承和蜕变的索纳塔品牌来说,要成为一个最惊艳的车型,除了靠引人注目的销售业绩外,品质则是其成功制胜的密码。磨砺知品质,壮心勇求“索”,对于第九代索纳塔来说,强大的历史积淀和品质传承则代表了它的必然成功。

求的高品质车型。目前该中心已有8年历史。

供应商管理:4M管理严格把控VS优胜劣汰。北京现代从建厂伊始就非常注重供应商管理,对每一家供应商从资质、制造到物流、售后,都建立了严密的质量管理体系,力求从“小”处着眼,从零配件的环节保证产品质量。目前,这一套管理体系已经非常成熟,其中尤以“4M”管理方式闻名业内。

此外,每年北京现代还会邀请专家对零部件厂家进行星级评价,取得三星以上的供应商才可以参与新产品开发,而获得五星以上的供货商将获得新产品开发的优先权。三星以下的供应商,北京现代将减少其供货量甚至淘汰。通过打造高质量的供应商管理体系,北京现代的零配件质量一直遥遥领先于同行,并为生产环节的质量把控奠定基础。

生产管理:高自动化率VS全员全过程质量管理。在汽车的生产过程中,北京

现代充分认识到“生产自动化”对于汽车产品质量的决定性作用,通过创新技术手段,提高生产过程中的自动化应用,凡对品质标准有影响的内容及重体力劳动都由机器完成,检查、调整、管理则由工人完成,从而保证了产品品质的一致性。

在北京现代第二工厂,冲压、车身、涂装、总装四大车间,自动化率达到100%,5400吨联动压机、100%焊接自动化率、无干涉精确喷涂、柔性生产作业体系等,全部采用世界顶尖设备,与全球最高的汽车生产水平相一致,堪称目前世界上最先进的汽车制造工厂之一。

600万辆成长密码: 源于满足消费者需求

出厂检测:百分百质检VSPDI车间“明察秋毫”。除流水线作业过程中的每个环节外,北京现代对即将出厂的整车质量把控也相当严格,每台下线车辆都要在检测线100%质检,包括四轮定位、灯光检测、底盘、制动性能、淋雨和尾气检测等,并在专业试车跑道试后送PDI(出厂前检查)车间。

销售服务:营销网点建设VS专业团队打造。北京现代非常注重销售服务,将服务品质的打造提高到与产品品质同样的高度,积极推进营销网点建设,尤其是二三级市场的建设力度,并且大力推进专营店硬件设施改善,使得客户能够更加方便地看车、选车、购车,维修保养的便利性也大大提高。

此外,北京现代还下大力气培养了一批服务意识好、专业能力强的销售服务队伍。通过BTO工程(订单式生产)、VOC工程(听取客户声音的质量改进系统和产品改进系统),为消费者提供更加优质的服务以及更加良好的购车体验。

售后服务:金牌品质用心打造。售后服务方面,北京现代从保修政策、维修团队技术水平、管理手段三

方面发力,设身处地为客户着想,打造金牌服务品质。针对用户对“核心”部件更高的服务需求,北京现代率先推出动力总成5年10万公里保修政策,使近百万用户得到实惠。

北京现代还在全国各4S店逐步推进“透明车间”系统工程、故障诊断系统等,从客户入厂到结算出厂全部实现透明化操作和管理,同时缩短维修和用户等待的时间,免除用户后顾之忧。

据了解,北京现代还结合7×24小时全天候服务的CRM(客户关系管理)项目,不仅全面满足消费者的合理需求,更让北京现代的客户服务水平、特约店客户信息管理水平、市场管理水平、业务监控能力及流程管理能力得到不断提升。

在2014中国最佳客户联络中心与CRM评选活动中,北京现代荣获“金音奖”——2014中国最佳客户联络中心与CRM系列奖项。

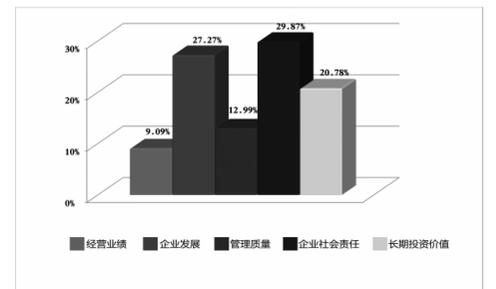
可以说,从汽车的概念设计到技术研发,从零部件的采购到整车制造,从流水线上的层层把控到出厂前的严格检测,从营销网点的布设到销售、维修团队的精心打造……一切的一切,都为北京现代产品一流的品质奠定了坚实的基础。

正是由于坚持了品质之“道”,无论是2014年J.D. Power新车质量研究报告SM(IQS),还是2014年中国车辆可靠性研究SM(VDS)以及J.D. Power 2014年SSI销售满意度各项评比中屡获佳绩,也一次次印证了北京现代强大品质基因和安全性能。而随着产品阵容不断扩大和市场保有量的逐步提升,北京现代早已从最初的“现代速度”完成了如今“现代品质”的升华,品质坚守与体系能力的提升,也成为北京现代品牌向上的强大驱动力。

相信在2015年,继续坚持“品质之道”的北京现代将以稳健、踏实的步伐不断前进,让“现代品质”成为继“现代速度”之后,下一个让业界和消费者为之惊叹的传奇。

3·15,给中国企业 发展质量打分

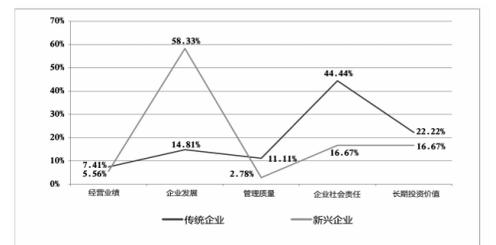
(上接第二版)



整体分析	
经营业绩	9.09%
企业发展	27.27%
管理质量	12.99%
企业社会责任	29.87%
长期投资价值	20.78%

表5

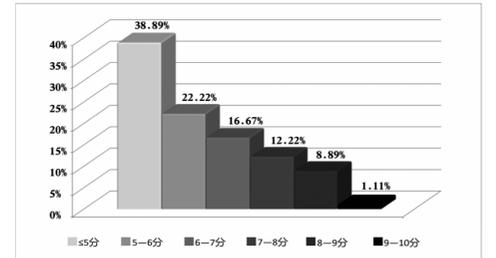
通过表5可以看出,政府官员、专家学者和企业家的共识是企业社会责任和企业发展最为重要。



传统企业和新兴企业对调研五项的认识		
	传统企业	新兴企业
经营业绩	7.41%	5.56%
企业发展	14.81%	58.33%
管理质量	11.11%	2.78%
企业社会责任	44.44%	16.67%
长期投资价值	22.22%	16.67%

表6

通过表6分析,传统企业对企业社会责任更关注,新兴企业更看重企业发展一项。



社会责任打分	
分数	百分比
≤5分	38.89%
5-6分	22.22%
6-7分	16.67%
7-8分	12.22%
8-9分	8.89%
9-10分	1.11%

表7

通过表7分析,调研者对中国企业的社会责任打分小于等于5分比重最大,中国企业社会责任还有待提升。

这表明,公众包括企业本身对认为当前的环境污染等问题存在焦虑,对企业在履行社会责任方面不令人满意。由此可见,“企业社会责任”和“企业发展”是我国经济向有质量有效益发展的关键成为政府官员、专家学者和企业家的共识。

调查表明,包含环境保护、节能减排、公益行动等内容的社会责任成为社会关注的话题,社会责任也成为包括企业、公民都必须做好的必答题,因为这是“苍穹之下”的每个人息息相关的问题。

今年两会上,环境保护、节能减排也是代表委员热议的焦点之一。全国人大代表,全国工商联副主席、科创集团董事长何俊明表示,有社会责任意识的企业还是少数,主要是大中型企业,但中国更多的是小企业,小企业受限于实力、资金、规模等因素,很难有精力去做社会责任方面的工作。

有受访的企业负责人反映,有很多药厂、化工厂把废水打到200米的地下,表面上看不出,但是对自然土壤的破坏,则留下了长期的隐患。“这种现象在很多地方都普遍存在”。

不可否认,近年来我国企业的社会责任意识正在加强,一些企业开始注重节能减排、环境保护,热衷参与社会公益事业,但环境污染、雾霾、食品安全等问题仍然突出,企业只关注效益,不注重环保、节能减排者占多数。

有受访者表示,特别是大型国有企业示范作用仍然有待提升。很多企业过多地强调企业运营成本和亏损,而对社会运营成本及人民幸福考虑较少。

“社会责任大部分企业应得零分”,经济学家宋清辉甚至认为,目前所谓的企业社会责任更多的仅是个案,宋清辉指出,2006年全国只有32家企业发布企业社会责任报告,到2014年已有1000多家企业发布,总体上看,企业社会责任仍是在不断改善的,但是大部分企业对于自身社会责任披露看起来并不积极,敷衍了事或者雇佣公关公司去编造所谓的企业社会责任,导致企业在食品安全、环境等方面的问题频发,甚至造成了极其恶劣的影响。

“大部分企业对社会责任的更多是保持一份热情,并没有将企业社会责任理念贯穿整个企业的每一位员工心中,带动员工整体迈向公益。这是我打零分的目的,希望能给一些企业警醒。”宋清辉说。

资讯

点妙手抢占移动健康 O2O 入口

日前,上门理疗服务平台点妙手针对普通大众以及亚健康人群较为集中的精英人士、老年人和产后女性推出了四款个性化的定制产品服务,针对每一类人群易产生的健康问题,提供不同的健康解决方案。

数据显示,中国亚健康人群已经高达70%,主要以20—35岁的白领精英、45岁以上的中老年人以及产后女性为主。点妙手则根据O2O服务理念,推出了全国第一家专业理疗师上门服务平台。用户通过官网/微信服务号预约理疗师上门服务,无论在家、办公室、公园甚至酒店,都可以随时享受到比传统店铺更便利、更快捷的贴心服务。

好利来高调进军电商行业

1月24日,好利来蛋糕在世贸天阶广场展示了一款由国内一流大师精心制作的香颂蛋糕为蓝本的巨大粉红色蛋糕模型。好利来展出这款巨型蛋糕,是为了配合全新推出的线上销售平台,而进行的落地展示活动。

好利来作为国内烘焙业的旗舰品牌,推出了全新线上电商平台模式。此次推出了由国内一流的多位蛋糕大师精心制作共两个系列27款精美的蛋糕品种。好利来蛋糕不仅精心选择优质食材,更是依靠集团资源的强大物流优势,对配送时间严格把关,郑重承诺自下单后3小时内将蛋糕送达上门的业务。

推广云检测技术管控超标车

在国家机动车污染防治专业委员会等单位联合举办的“快速降霾对保民生、促发展的重要作用研讨会”上,环保部机动车排污监控中心研究员韩应健表示,为了缩减升级成本,一些厂家跟监管部门在三元催化器上偷工减料,把“三元”变“两元”,导致氮氧化物未经任何处理直接排放到空气中。

国家机动车污染防治专业委员会副主任颜梓清介绍,2010年开始至今在用车污染控制是淘汰超标车,在政策方向与污染数据上存在虚假问题。建议推广云检测等技术手段,让政府执法部门高效、准确全面管控超标车。

(温森)

