

奋斗在海外 持续夯实国际经营体系

逆境中的产销，每一辆车都弥足珍贵

疫情封城下的印度，上汽人在坚守

本报记者 顾行成
见习记者 张卓然

“封城开始逐步解除了，终于看到希望了。”下班路上，记者收到了一条微信消息。虽然只是文字信息，字里行间却不难看出，比起前几天电话那头的沉重，上汽印度公司总经办主任陈舟明显放松了许多。

受新冠肺炎疫情和经济衰退的影响，印度2020财年乘用车销量跌至270万辆，为六年来最低水平，远低于2019财年340万辆的最高纪录。现在印度当地还能继续坚持正常生产和经营的汽车品牌，已是凤毛麟角了。“这一个多月来，我每天都在担心，明天是不是还能继续开工，经销商明天能不能开门。”陈舟在之前的一次电话采

在逆境中，和当地员工坚守岗位



“如果你所在的企业，有1/4的员工新冠病毒检测都呈阳性；如果你所在的部门，几乎每一位员工的亲朋好友中都有人因为新冠肺炎重症而住院，甚至去世；如果在电视新闻中，不时就能看到路边因为新冠肺炎而倒下的尸体……”疫情肆虐最严重的那段时间里，包括陈舟和另一位中国留守员工，上汽印度公司售后服务工程副总监高键镒，甚至

访中告诉记者，“按照国内的备库要求，印度当地的部分零部件库存早就低于及格线水平，一些零部件甚至是刚清关，就直接送到上汽印度公司生产线组装了。”

就在4月底，本田、丰田等纷纷宣布在印度的工厂停产。而上汽印度工厂除了因为芯片供应短缺，不得不临时停工了几天以外，生产经营一直没有彻底中断过。4月份，即便是受到封城和工厂停工一周的影响，上汽印度公司的销量仍达到3354辆；今年1-4月累计销量达到16331辆，同比大增133%。而在印度各大主要城市完全封城的5月，在兄弟企业的持续支持下，上汽印度公司的产销量依旧保持在2500辆以上。

是印度当地团队的同事在内，每个人心头都免不了渗出过一丝绝望。

俗话说：福无双至，祸不单行。伴随着汹涌疫情同时而来的，还有席卷全球的缺芯潮，车用芯片自然难以幸免。从今年年初开始，由上汽印度公司副总经理唐稳生牵头，在上汽通用五菱及上汽乘用车领导的大力支持下，将印度工厂所需的芯片零件，几十个、几百

个的一批一批从国内紧急空运到印度，最紧张的时候，整条生产线都在“等芯下锅”。海运费用飙涨，中印之间的单个集装箱海运成本甚至翻了十倍。受疫情影响，印度卢比汇率大跌。这些更直接大幅增加了公司的运营成本。

“有时候，我们面对的生活和工作就是这么无奈、无解，但我们还是选择坚持。”高键镒告诉记者。由于不能亲自参与维修相关活动，无法全面掌握现场的各种故障细节，他只能通过分析图片，视频

不只是定心丸，还是沟通万里的桥梁



陈舟、高键镒及其家人是目前还在印度的常驻人员，他们的存在，让原本人心有些动摇的印度当地团队安定了不少。“看到我们还在和他们一起工作，他们（印度团队）就像吃了定心丸一样。”高键镒笑着说。

由于印度政府在前段时间把微信禁止了，日常工作中，更多的时候，陈舟和高键镒成为印度团队和国内联系沟通的桥梁。

“印度这里有事情，要联系国内，会先找我们帮忙牵线；国内的同事如果想要联系印度，多半还是会先找我们搭桥。”陈舟表示，“来印度的这五年时间里，我时刻要求自己努力成为中印团队交流的桥梁。”

在对MG车型的售

和文字描述来协助维修站排除故障。

还好有了去年抗疫的经验，上汽印度公司迅速在产销两端行动起来：部分车型成本超标，那就马上调整产销计划；封城了，线下门店不能卖车，那就推动线上/电话卖车；员工通过邮件及电话远程办公；车辆售后通过网络视频连线解决；印度当地员工，更是有1/3以上打上了疫苗……在这特殊的疫情期，从零部件到货直至整车下线，再交付给用户，每一辆新车都弥足珍贵。

后保障过程中，高键镒也免不了要担当印度当地维修人员和国内技术团队沟通的桥梁。通常远程诊断会使得分析故障过程变长，难度加大，还在国内的团队成员因为受到时差和沟通方式的影响，使得沟通效果会进一步削弱。但高键镒和国内团队还是克服了种种困难，在他们的共同努力下，印方员工的维修技术与效率都有了很大的提高，从一开始每两三天会有一例业务需要国内指导，到近来平均一到两周才有一例业务需要远程协助。这直接令印度消费者对MG的品质产生了更多的信任。

此外，目前那些由于签证和疫情原因，暂时来不了印度的外派员工，也在国内远程办公。邮件、“钉钉”、电

话……疫情阻隔不了中印团队的交流。而因为时差关系，他们的电话会议有时要进行至国内的深夜。

疫情也不能打消印度用户对MG的爱



正是这份坚持和坚守，让上汽印度公司在逆境中，依然交出了出色的答卷。

MG在印度上市以来，一直处于供不应求的状态，工厂和经销商手里鲜有库存，订单排到了两三个月之后也是常态。尤其是“网红车”MG HECTOR，更是一车难求，在21个月里售出近55000辆，MG ZS EV及MG GLOSTER也表现不俗。

在印度，很多消费者视买车为人生大事，不乏有用户坚持要在交车现场举办各种具有民族特色的交车仪式。可是，在疫情高度紧张的状况下，几乎所有地区的经销商门店都无法正常开门营业，显然无法帮助用户实现这种模式的交车。用户只好把这种热情延续到网上，用在线订单数延续MG HECTOR在当地“一车难求”的传说。

“我和本地人聊过很多次，他们对我们的产品真的很认可。”高键镒告诉记者，“好看、时髦、运动化造型、驾驶体验舒适、有趣的功能还很多，这几乎满足了印度消费者对一辆时尚SUV的所有梦想。很快，MG HECTOR就后

来居上，出现在了印度市场SUV畅销榜前列。”

MG HECTOR在印度市场运营了一段时间以后，已经逐渐形成了汽车故障率低、维修效率高的用户口碑，加上维修网点已经覆盖印度全境。尤其是在疫情期间，MG出众、高效的售后服务更是征服了不少印度消费者的心，连带着一些过去偏好日系车的消费者，也开始准备转投MG的怀抱。

“从我了解到的客户反馈来看，我们的售后在印度当地的服务质量排名很靠前，口碑非常好。”高键镒不无自豪地说道。

随着印度疫情开始缓解，当地的汽车产业肯定也会逐渐复苏，上汽印度公司的生产和经营同样会快速回归到正常状态，MG在印度市场取得的成绩，已经验证了上汽产品在当地的竞争力。而随着内部代号为Model K的MG ZS汽油版车型计划在今年下半年上市，也将帮助印度公司扩展目前的产品线，给印度消费者带来更多样化的选择。

