

(上接14版)

去年，江苏华海抢下了南京网约车油转电大单，年底交付了1000多辆车，约占当地30%的市场份额。江苏华海董事长梁海表示：“这都得感谢上汽通用汽车金融快速设计的金融方案。”

2021年7月左右，南京市政府相关部门下发文件，要求营运满4年的网约车（传统燃油车）更新时必须换成新能源汽车，竞争对手闻风而动，都希望抓住这次机会。

“我们研判了自己的优势：品牌、车型丰富且竞争力强，但价格比

竞品贵数千元。”梁海说，资金是网约车运营方最大的考验，因此亟需金融方案的支持。而且根据惯例，提车前需要先办理网约车车牌，而办理车牌需要开具机动车销售发票，一旦开票，意味着网约车运营方要回款给经销商，这无疑加大了网约车运营方的资金压力，导致合作难以继续推进。

接到江苏华海的反馈后，上汽通用汽车金融联合上汽通用融资租赁，在短短两个星期内就定制了“库存融资+零售业务”的创新方案，给予了该笔库存融资延

迟还款1个月的优惠，一举解决了江苏华海和网约车运营方的现金流压力，帮助江苏华海顺利拿下大单。

上汽通用汽车金融将经销商当成自家人，把经销商的事当成自家事，在创新助力经销商抢市场的同时，还通过数字化的手段助力经销商提效率、降成本。例如，上汽通用汽车金融上线了智能化库存管理平台“闪电”系统，实现了对车辆信息远程化、多维度、高频次的数字化与系统化管理，使得贷款车辆的状态一目了然。



客户在展厅体验数字化贷款流程

暴打价格战，要创造而非零和。”

自2020年第四季度起席卷全球的芯片荒，打乱了车企的生产节奏，导致主机厂新车销量迅速下滑，进而影响到新增汽车金融业务。彼时，上汽通用汽车金融决定发力存量、布局增量市场，以确保完成全年既定目标。

在存量市场，上汽通用汽车金融与主机厂紧密协同，结合上汽通用汽车、上汽通用五菱的战略，推出丰富的金融产品，针对部分重点车型推出立体营销方案；在新车上市时，将线上推广、线下渠道营销相结合，助力主机厂造势、吸粉，促进销售；跟进各地经销商的不同诉求，“一城一策”地设计金融方案，助力经销商销量提升、实现双赢。这些举措帮助上汽通用汽车金融打下了存量基础。

在增量市场，二手车业务成为突围方向之一。2021年，新车产能受限，二手车市场蓬勃发展，扎根一线的上汽通用汽车金融市场团队早早地就嗅到了市场机会，迅速锁定二手车业务。之后，公司快速推

出了“人车分离”的审批模式、全面提升数字化审批能力、产品政策持续升级等一系列措施。2021年，公司的二手车业务同比增长7倍以上，二手车业务已经成为行业标杆。

上汽通用汽车金融也在积极布局新能源汽车增量市场，与主机厂协同，打通了五菱“LINGClub”App直销系统对接，与别克和雪佛兰品牌共同上线了全线上金融服务，初步跑通了全线上金融购车的模式。

盘活存量客户，帮助经销商做好复购，成为2021年上汽通用汽车金融的重点工作之一。这既是市场趋势使然，也是上汽通用汽车金融的优势所在：一方面，近年来，汽车增购、换购的比例不断提升；另一方面，作为中国最大的汽车金融机构之一，上汽通用汽车金融已经聚集了庞大的存量客户，其中不少客户有复购需求。

面对其他金融机构的激烈竞争，余亚瑞强调增长的含金量，而非单纯的数量；强调持续性增长，而非低价低质换短期市场规模。

数字化技术赋能是实现持续竞争力的支点。公司实现了多项业务系统和创新项目，初步构建了主机厂、经销商、汽车金融公司相互连接的数字化生态体系，实现发展共赢。

客户最直观的感受就是审批服务速度更快了。以上汽通用汽车金融自主开发的“小管家”App为例，由于运用了移动互联技术、区块链技术，不用局限于电脑报单，扫脸即可进行签约、App在线操作，报单效率大幅提升。目前，“小管家”的使用率超过90%。此外，“北斗星”零售信贷审批系统不断迭代进化，上汽通用汽车金融自动审批率在60%左右，平均贷款审批时长缩短到了10分钟，近80%的客户从申请到放款时间只需要1小时。

保发展和控风险并重，是上汽通用汽车金融一直以来的追求。公司风险管理部门、贷后管理部门加大对风险监督管理力度，关注类贷款、逾期贷款规模及占比都有所下降。截至2021年末，上汽通用汽车金融的不良贷款率控制在较低水平。

4 更快，更暖，更“下沉”

面对信息化、年轻化浪潮，上汽通用汽车金融主动创新求变，让更多用户更快、更便捷地圆汽车梦、享汽车金融服务。

“在偏远地区，五菱通常是用户的第一辆车。上汽通用汽车金融提供的零售贷款服务，让用户更快实现拥有第一辆车的梦想。”四川智和诚投资人吴兵至今仍记得第一单零售贷款的情景。“那是十多年前，用户购买了一辆3万多元的五菱汽车，贷款2万多元。当时，五菱用户主要在农村，他们习惯全款购买，不太习惯用金融贷款。我们和上汽通用汽车金融做了大量工作，才跑通这第一单。”

如今，在四川智和诚，大约有32%的五菱用户贷款买车、潮改。率先将贷款理念带给五菱用户的四川智和诚，也成长为上汽通用五菱的头部经销商，2021年销量超过5万辆，位居

西南市场第一。

上汽通用汽车金融的网络分布地域越来越广、越来越下沉。数据显示，上汽通用汽车金融已在全国超过300座城市和近1万家经销商建立了良好的合作关系；网点分布从一线城市下沉到县乡，甚至乡镇等“毛细血管”。“在县、乡、镇，贷款购车难，但上汽通用汽车金融不仅能做到，而且审批越来越快，常常客户在展厅里喝茶等待一会儿，放款就到账了。”山西友信投资人赵旗亮指出。

对于购车者的个性化需求，上汽通用汽车金融加大产品开发力度，与时俱进地推出多样化的金融产品及服务，最大限度地满足个人客户的需求。五菱宏光MINIEV畅销后，用户变得更年轻、更新潮，不少人有了潮改需求。上汽通用汽车金融发现这一趋势后，加大潮改附加贷的推广力

度，大大提升了经销商单笔信贷业务规模，增加了收入和利润。山西友信投资人赵旗亮指出：“潮改附加贷的车主占比高达70%-80%，平均潮改5000至6000元。”

此外，上汽通用汽车金融还对于年轻人的理财和消费习惯，推出了低月供、低首付的长期限产品；对于收入波动较大的人群，推出还款方式更为灵活的分段式产品，等等。为客群度身定制金融产品，有效降低了客户的月供压力，同时也使客户的贷款手续更加便捷。

量身定制，源于深耕市场、洞悉用户变化。在以客户为中心，有针对性地提供丰富的产品和服务的同时，上汽通用汽车金融还贴心地为购车者解困。看到用户受疫情影响无法及时还款后，上汽通用汽车金融主动为用户提供各项宽限、延期措施。这些举措，让不少用户感到暖心。

5 要创造而非零和

助力伙伴成长、让用户满意的同时，还能做到公司业绩增长并不

容易。尤其在逆市中，面对银行等金融机构激烈竞争时，兼顾各方更

是难上加难。上汽通用汽车金融做到了。余亚瑞的秘诀是：“不简单粗

通过多管齐下，上汽通用汽车金融实现稳健增长。截至2021年末，上汽通用汽车金融每年新增贷款合同数已连续5年超过100万笔；零售业务已渗透至全国322个城市、近1万家经销商。

汽车行业转型升级大势所趋，上汽通用汽车金融将继续领跑。余亚瑞说：“上汽通用汽车金融将继续发挥产业金融优势，持续为汽车产业提供稳定的金融服务支持，促进汽车产业高质量发展。”