



厂家选装有什么优势？为什么中国人买车都只能买固定的配置不能自己选，而国外可以？



孙少军，私信回复以后会发在讲课课堂不再单独回复，毕竟问题太重复效率

优势当然是不会逼死强迫症啊

客户：我想买这款车，有带天窗的。

4S 店销售：对不起先生，有天窗的是高配版

客户：我不想要高配版的，低配的能不能带天窗

4S 店销售：对不起先生，天窗只有高配才有，低配没有

客户：也就是我为了个天窗多花了 1 万？

4S 店销售：高配不仅有天窗，还有真皮座椅，自动空调，大一寸的轮毂，感应雨刷，物超所值，这些加起来你自己 1 万块钱在外面根本买不到....

客户：买它们干嘛，我就只想要天窗。

4S 店销售：对不起先生，只有高配版才有天窗。

客户：.....



听起来像笑话，却是真实经历，因为我就是那个 4S 店销售。当年斯柯达老款明锐高配逸俊版才有天窗，很多人一问要加 1 万转身就走了，包括这位执拗的用户。

固定配置最大问题就是为了多一个功能，就要被捆绑购买更多东西。

尤其是现在很多品牌故意把客户最想要的配置像导航，天窗放在高配，无形中也在逼客户购买利润更高的高配，如果不要只能在 4S 店或者外面改装店加装，这种捆绑销售也更容易引起客户的反感。

而厂家选装的优势则一目了然：

第一：质保，厂家选装不用考虑影响全车质保，如果可以选择在外面改装、4S 店改装和厂家改装，大部分人会选择哪个不言自明。尤其是一些涉及到车身比如座椅样式，天窗的，也就厂家选装可以做了。

第二：性价比和高自由度，既可以做加法，也可以做减法。想要的可以装，不想要的可以剔除，不用再捆绑一堆不实用的配件白花钱（自动启停你别瞪我，说的就是你）

那为什么选装这么好，可是就像题主问的现在为什么买车都只能买固定的配置，不能自己选。已经有人回答了国外也是以固定配置为主，证明这不是体制问题，也不是个人素质问题。

其实就两个字：效率。

工业化生产的现在，效率永远是一切的核心。

效率就是成本，效率就是金钱。

尤其是增长幅度一直全球第一的中国汽车市场，销量更是真金白银，一切销售模式都是以销量为核心构建，任何影响销量的因素都会被人为忽略。



而效率要最大化，首先牺牲的就是选装。厂家不会允许零售，今天你买一辆，明天他一辆，每辆车还不一样，直接影响了生产效率。套餐化，批量化，尽量多生产最受欢迎的配置，才能让生产线不停运转。其次，车还不能压在自己手里，资金流转不起来，要是滞销能把自己活活压死。

所以厂家因为要有生产出来就能马上背锅的买家，才诞生了中国目前汽车行业最庞大的经销商集团，读作授权销售网点，写作 4S 店。

4S 店不只是卖车，它还承担了库存的压力。厂家每个季度的批售任务，4S 店必须买多少台车，不买就取消你 4S 店的资格。而积压了这么多车，为了资金周转 4S 店就要尽快把车卖出去，尤其是贷款找厂家买车的 4S 店。每个 4S 店总经理看到满仓库的新车，心都在滴血。因为车只要放在车库里一天，就意味着要付一天的利息。



所以 4S 店每天开早会基本两个主题：

消库存，卖现车。

这种情况下，不要说厂家选装，就是想买到自己称心的配置都要看运气。

本来想买的是米色内饰，结果 4S 店只有黑色的，销售就会一股劲的跟你说黑色多好。

本来想买中配，结果销售拼命的说顶配的最好，还可以多优惠，结果一看是辆长库龄。

情况不一而足，就像一开始的例子一样，这种强行扭曲客户意向的行为并不受一部分客户的接受。但是因为市场是向上的，在保证效率的前提下这种损失才显得可以接受。

不过也只有市场在向上的时候才可以接受。

16 年开始市场就开始慢下来了。虽然数据上还有 13.7% 的增幅，不过脑子清醒的都清楚涨幅来自于国家购置税减半的市场刺激政策。中国市场至少大中城市早已慢慢饱和，有的地方都开始通过居住证或者限牌来限制购车。

这种现状下，4S 店的卖车效率必然下降，库存比积压立刻就成了问题，再一味逼迫 4S 店批售，只会让 4S 店轻则要求补贴，重则主动退掉 4S 店资格。而这些事情的例子已经数不胜数了，福特、起亚、进口现代、宝马、奥迪等等品牌经销商今年都曾联名向厂家施压，以集体停止进新车要挟，没办法，人家不是无理取闹，是真的活不下去了。



而为了解决这个问题，听到最多的关键词就是：

渠道下沉 厂家选装

一个指标一个治本

渠道下沉就是抢最后的蛋糕，抢占还未饱和的底部市场，帮这种模式再延续一波。

厂家选装则是提高成交的转化率和精确度，订单化生产，避免了库存的积压。

所以厂家选装虽然并不是新销售模式，却是未来的主流。

厂家选装确实不新鲜，高端点的品牌都能做到，也是豪华品牌的一大卖点。题主提到的大通 D90 的选装也属于很正常的选装，模式本身并没有什么创新，更多的是借助了互联网让大家可以更方便快捷的选购。



然而真正重点在于“批量”，只有销量和提车速度提上去了，才真正让厂家选装大众化。包括最近参加的一些厂家产品讨论会，最吸引的不是选装什么，而是产能和交易流程。我看大通的相关新闻，只有 20 万的产能，20 个工作日的交车日期，才是新闻真正的重点。

说到底，还是效率。

在保证产能的情况下，做到让客户选装，最快时间把车尽快生产并成交。

这就是核心。

做不到，选装就推广不开，还是会沦为豪车的专利。

当然厂家批量选装肯定不会像说的那么轻松，因为它肯定是一整个完整的产业链，要完成也需要时间。以后相关的配套产业衍生肯定会陆续产生，因为系统非常庞大。涉及到生产线，配件供应，销售渠道，价格策略，连经销商合作方式都会随之改变。

大的就不提，就只说定价。

选装车必然是裸车，裸车要裸到什么程度？价格要定在什么价格？提供什么样的选装件。本身就涉及到了各种大数据统计，还要分析各种用户环境，还要清楚数据的来源是否真实可靠。

而这些的理论和统计方式都还在探索阶段，还需要时间去验证。

但是至少目前看来，厂家批量选装已经提上台面，成熟已是时间问题。

2014 年，曾经跟前公司同事说过对未来的想法：

不用几年，我们可能就不用拖家带口去 4S 店看车，而是在网上预约上门看车。在家门口看车，然后听销售顾问讲解和试驾。而我们可以根据自己的喜好去下单，不需要再听销售顾问的唠叨。而从下订单到整个生产物流过程都可以在 APP 上直观看到。交车也是直接开到家里，如果出现故障需要修理，维修人员也会上门取车。

而曾经的畅想现在早已被国产品牌分别完成了。

上汽大通完成了选装和物流跟进

领克完成了上门取车维修

可能真的不用几年，这些都可以实现了。这或许就是大数据时代的恐怖，每一个品牌不只是在卖车，连生活方式都改变了。

[查看知乎原文（48 条讨论）](#)

客官，这篇文章有意思吗？

好玩！[下载 App 接着看 \(๑•ㅅ•\) ♡](#)

[再逛逛吧 ' _>'](#)

[阅读更多](#)

那些舒服却有病的姿势



[下载「知乎日报」客户端查看更多](#)