

销量创新高 奇瑞全力开拓全球汽车市场

■ 钟源

2021年接近尾声,对于12月18日迎来第一辆轿车下线22周年的奇瑞控股集团(下称“奇瑞集团”)来说,今年的“12·18”有着别样意义。统计显示,1-11月份,奇瑞集团累计销售汽车85万辆,同比增长38.3%,远高于4.5%的行业增幅;营业收入1301.8亿元,同比增长42.8%。

无论是整体销量、营收,还是细分的海外出口、新能源,奇瑞集团都达到了历史新高,并将很快抵达“新里程碑”——年销量突破100万辆、全球用户累计突破1000万、年营业收入突破1500亿元。面对即将到来的2022年,奇瑞集团提出了确保年销量150万辆、力争200万辆,年营业收入2000亿元的目标。

车市寒冬下的逆势“双增长”

尽管受到“芯片荒”牵制产能,奇瑞集团11月份依然实现汽车销量突破11万辆,环比增24.8%,同比增长8.2%。其中,海外出口近2.5万辆,同比增长85.5%;新能源销量超1.5万辆,同比增长101.1%。1-11月份,奇瑞集团累计销售汽车85万辆,同比增长38.3%,创下了同期销量的历史新“坐标”。

具体来看,奇瑞集团主要乘用车品牌,11月份均实现了快速增长。奇瑞高端品牌星途11月份实现销量(含出口)5189辆,同比增长135.4%。凭借强大的产品力,星途在近期举行的的专业赛事和性能评级中拿下多项“冠军”。

奇瑞品牌基于对年轻化、全球化的深入洞察与思考,在今年的广州车展上发布了全新产品系列——OMODA,并全球首发亮相了该系列首款车型——OMODA 5。这款定位为“新世代硬核潮跑 SUV”的全球车型,将助力奇瑞形成更具全球竞争力的全新产品矩阵。奇瑞瑞虎8 PLUS 鲲鹏版的全新上市,也使瑞虎8明星产品家族更加壮大,带动奇瑞品牌11月份实现销量(含出口)近7.7万辆,同比增长18.6%。

捷途汽车推进“旅行+”战略从1.0向2.0时代进阶,通过产品共创、品牌共创、生态共创,与用户共创“我们的捷途”。捷途成功打造出X70系和X90系两大明星产品系列,创造了3年40万辆的“捷途速度”,产品价格也从9万元左右进入了11万元主流战场。11月1日开启预售的中型SUV——捷途X90

子龙,仅在“双11”当天收获的订单就超过1200台,为捷途爆款产品阵容再添一员猛将。今年1-11月份,捷途累计实现销量(含出口)超13万辆,同比增长30.3%。

在各家车企加快发力、竞争日趋激烈的新能源市场,奇瑞集团旗下新能源产品11月份销量翻了一番,1-11月份累计销量近8.9万辆,同比增长145.2%。其中,在小蚂蚁等经典车型的带动下,奇瑞品牌乘用车新能源产品实现销量超7.6万辆,同比增长120.6%。小蚂蚁上市4年的累计销量已突破24万辆,稳居精品纯电小车销量冠军。未来随着微型纯电动车奇瑞QQ冰淇淋旗下产品的正式上市,有望带动奇瑞集团新能源产品销量的新一轮增长。

中国汽车工业协会统计数据显示,11月份中国汽车行业整体销量同比下降9.1%。在业内专家看来,在全球芯片紧缺、大宗材料涨价等因素影响下,奇瑞集团能够在车市寒冬下“逆势上行”,主要得益于“技术奇瑞”的持续赋能,以用户为中心的机制深化,以及加快电气化、智能化的战略布局。

快速增长背后的“两个翅膀”

奇瑞一路稳扎稳打、销量增长的背后,是一系列深刻变化的结果。除了自创业以来一直坚持的技术立企外,奇瑞近年来在“新四化”背景下,给企业插上了“两个翅膀”,即用户思维和互联网思维。

无论是今年广州车展上星途、奇瑞、捷途等主要乘用车品牌的“年轻化”、智能化、新能源化表现,还是各品牌“与用户交朋友”的营销创新,抑或企业内部围绕以用户为中心的中台赋能+前台机动的组织调整……奇瑞,正在加快成为一家“用户型企业”,所有的技术开发、产品设计、商业模式甚至企业经营,都围绕为用户创造价值而展开。

奇瑞集团董事长尹同跃表示,新一代的客户需求和过去的客户需求不一样。过去车企更强调性能、质量、成本,而今天要开发情感、开发生态、开发年轻人不同的生活方式。这种变化,已经深刻改变了奇瑞的“V字型开发流程”,奇瑞的产品不仅要保证“TQCDI指标”(T技术、Q质量、C成本、D交付、I投资)的显著提升,更要把目标客户、年轻一代客户的情感需求,开发到产品中去。同时像手机、家电行业一样,加速用户体验的迭代。

与“用户思维”比翼的,是奇瑞的另一只翅膀——“互联网思维”。与大众印象中奇瑞是一



家传统车企的标签不同,奇瑞很早就注意到数字化将带来的新革命,加快布局企业数字化建设,通过消费端互联网化和工业互联网,把新技术、新场景迅速变成产品新卖点。

目前,奇瑞的智能网联未来工厂一期已经建成,2022年将正式投产;携手卡奥斯打造的汽车行业首个大规模应用工业互联网平台,不仅将助力奇瑞数字化建设,还将跨领域、跨行业赋能相关企业;奇瑞集团还凭借“先进制造业+现代服务业”的双主业布局,技术+制造、智慧+互联网、产前+产后等多路径创新,在今年入选“两业融合”国家级试点。

全球化战略下的“双市场”布局

面向全球市场,奇瑞以技术作为“通行证”、质量作为“敲门砖”,加快品牌“走上去”步伐。11月份,奇瑞集团单月出口年内第七次突破2万辆,1-11月份累计出口近24万辆,同比增长137.6%,全年出口有望突破25万辆。截至目前,奇瑞集团累计海外用户超过190万,连续18年位居中国品牌乘用车出口第一,连续5次获得“最佳海外形象20强”企业。

纵观国际著名汽车品牌,无一不是通过走向全球市场,最终成为国际一流品牌。奇瑞从创立之初就确立了“打造世界一流品牌”的目标,坚持“无内不稳,无外不强,内外促进,共同发展”战略,成为我国最早探路国际汽车市场的自主品牌。今年是奇瑞出口20周年。这一年里,奇瑞集团单月出口七次突

破2万辆,出口占奇瑞集团总销量近1/3,意味着奇瑞全球化布局中的“国内、国际双市场”格局日渐稳固。

事实上,奇瑞在技术方面一直坚持开放合作,与世界各个国家的一流供应商,互联网巨头、芯片企业等深度合作,开展多领域的“联合创新”。这种联合创新,让奇瑞能够根据全球各个国家不同的环境、法律法规要求、技术开发标准等进行产品“适应性开发”,带给用户超出预期的体验。例如,奇瑞目前的出口车型上,应用的就是与合作伙伴共同打造的智能语音技术,能用几十种不同国家的语言流利对话,在世界各地受到广泛欢迎。

奇瑞将质量作为造车坚守的底线,在安全、性能等“看不见的地方”长期做真金白银的投入,努力让汽车产品更安全、更可靠,这是赢得全球用户信任的基础。目前,奇瑞产品在许多海外市场的表现,已经不逊色于国际一流品牌。

在长期“走出去”、品牌“走上去”的过程中,奇瑞也一直以文化作为融合剂,把实惠先让利给合作伙伴、海外客户、海外员工,通过属地化发展与当地合作共赢,为当地带去就业、税收和人才,展示中国人的真诚和友善。奇瑞也持续传播中国文化,加强与当地企业、民众的互动,在全球抗疫、地震救援、教育扶贫等各类公益行动中积极履行社会责任,让越来越多的海外消费者读懂中国品牌。

相信随着全球化战略的深入推进,海外市场的持续突破,奇瑞集团将加快实现“国际一流品牌”的目标。

741台正式发运 中国制造从宇通驶向卡塔尔世界杯

■ 鲁达

炙热干燥,高温、少雨、多风沙,这是热带沙漠气候国家卡塔尔的常态,从2020年开始,这个石油国家频繁迎来一批批中国技术团队,从签约前的市场调研到签约后的实际工况环境测试,力求将产品做到极致的宇通人不断刷新中国客车在海外市场上的技术突破。

12月17日,741台经过严苛检测的赛事服务用车从郑州宇通公司出发沿着海上“丝绸之路”分批次抵达石油国家卡塔尔,交付卡塔尔国家运输公司,这也意味着中国宇通助力卡塔尔公共交通大规模电动化完成一个关键节点。

技术保障助力绿色世界杯

“为了保障车辆持续性的在卡塔尔安全运营,从项目一开始,我们就针对性的进行了一系列技术调研和论证,通过不断的进行环境试验来匹配卡塔尔的环境工况和用户习惯”,宇通技术负责人在发运现场介绍,针对卡塔尔的环境特点,741台赛事用车在产品上进行了一系列升级:其中E12(6118)作为宇通新能源明星产品,造型采用全新宇威设计语言,以科技感和未来感契合多哈国际大都市的城市形象;针对卡塔尔沙漠地区气候环境,配备行业独创的泥沙防护结构电机、集成式控制器将防护等级达到IP6K 9K,绝缘防水;安全层面,配备宇通最新发布的

YESS电池安全技术标准,增加电池箱特殊RS型防撞梁结构,提升纯电动汽车运营安全;充电解决方案层面,车辆顶部安装300kW欧标受电弓,可实现快速车辆充电;针对卡塔尔高温环境特点,匹配电池独立液冷系统和空调系统,一方面提升车辆电池可靠性,另一方面提升乘坐舒适性。这些技术保障了车辆不仅能在赛事举办期间平稳高效运营,更能充分融入当地工况,直接长期服务于当地的路网交通。

为全球赛事提供解决方案

早在2012年,从智利国家足球队开始选用宇通客车作为国家队的专用班车,2015年U17世界青年世界杯期间,宇通客车承担球员运输服务。2018年宇通客车在俄罗斯世界杯期间亮相运营,2021年,在国际足联俱乐部世界杯上,中国宇通为包括拜仁慕尼黑等全球顶级球队服务。

在即将到来的2022年北京冬季奥林匹克运动会上,中国宇通最新的氢能源客车将用于冬奥会延庆赛区的服务运营工作,越来越多的全球性大赛中,都将有中国宇通的身影出现。

全球性大赛的频繁露面,不仅仅是运营企业对宇通产品的认可,更是对宇通全球重大赛事解决方案的肯定,宇通除了提供满足需求的产品,还从产品保障、服务保障、运营保障均提供了一系列的解决方案。宇通海外客户经理介绍:“宇通客车近年来不断参与



到海外重大盛会和全球性赛事保障服务中,在海外,宇通实行‘一国一策’的经营策略,宇通在海外提供的不仅是满足当地环境和用户需求的产品,还在当地全面推行服务、运营、金融等一系列的保障,并不断融入当地市场,提升中国品牌在海外的影响力”。

新能源弯道超车 助力全球绿碳发展

卡塔尔世界杯组委会发言人法蒂玛·纳伊米曾表示,“卡塔尔世界杯将是一届创新、可持续、低碳的世界杯。中国企业提供的电动客车帮助卡塔尔加快了减排步伐,不仅将成为卡塔尔世界杯的一个亮点,也将为卡塔尔加强环境保护和发展经济做出贡献”。

践行国家“双碳战略”,推动石油国家卡塔尔公共交通大规模电动化是宇通全面推进新能源化的努力,当前,宇通客车已经牢牢掌握纯电、混动、氢燃料电池三大新能源

技术和商用车自动驾驶技术,已累计销售超过16万辆新能源客车,已推广车辆每年实现减少燃油消耗超21亿升、节气超过3亿立方米,累计减少碳排放超过2300万吨,这是“中国制造”为全球气候变化交出的成绩单。在今年11月的全球气候大会前,中国宇通更是联合国际公共交通组织UITP、海外运营商共同发起行业“零碳倡议”,作为最早研发新能源汽车的企业,早投入、多投入,制定国标、高于国标。代表中国先行,不断升级迭代,推动绿色出行方式在24个国家和地区落地开花。从最早的先行者,到全球推动者,再到引领者,宇通代表中国企业引领世界绿色潮流,这也是宇通作为一个中国制造企业的社会责任。

宇通客车海外市场预测全年销量将同比去年增长,海外市场的发展将不断助力宇通海外市场迈向新高度,中国宇通已经从海外市场产品输出“走出去”、技术融合“走进去”到品牌认知“走上去”迈开坚实步伐。

便民服务

独家代理机构:成都锦宏天下文化传媒有限公司

收费标准:55元/行/天(13字1行)广告热线028-66079393 QQ:769036015 微信:13308082189

地址:红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室

●注销公告:德阳市利川机电设备有限公司(工商注册号:510106000023778)营业执照:副本正本,因公司经营状况不佳,决定注销,特此公告。

●注销公告:四川通易科技有限公司(工商注册号:5101060000226)因公司经营状况不佳,决定注销,特此公告。

●注销公告:四川通易科技有限公司(工商注册号:510106