

JETTA 品牌首秀上海车展 深耕德系粉丝发布“Yi 生态”体系

■ 中新

4月16日,第十八届上海国际汽车工业展览会在国家会展中心(上海)正式开幕。JETTA 品牌携旗下年轻化产品家族以独立展台亮相,这是 JETTA 品牌正式发布以来,首次参加国际 A 级车展。

JETTA,大众品牌子品牌,致力于成为高品质汽车品牌新典范。此次车展,JETTA 品牌带来了年轻化产品家族 VA3、VS5、VS7,以纯正的德系基因为导向德系产品的粉丝带来全新体验。同时,JETTA 品牌发布了创新的“Yi 生态”营销服务体系,让年轻消费者安心享受高品质汽车生活。在一汽-大众强大体系能力的支持下,JETTA 品牌精准深耕德系粉丝人群,与年轻人一路同行,开启汽车生活新境界。

大众集团、一汽集团、一汽-大众的领导和在场百余家媒体,共同见证了 JETTA 品牌在上海车展的首秀。

承袭德系基因 深耕年轻德系粉丝

两年一度的上海车展历来是各大车企争奇斗艳的主战场之一,JETTA 品牌的亮相为车展增添了更多年轻的元素,也掀开了品牌发展的崭新一页。

全新的 JETTA 品牌在继承大众品牌基因的同时,更衍生出独特的自我特质和年轻化的沟通语言。此次上海车展上,JETTA 品牌的独立展台色彩明亮、大胆,与年轻的内涵相呼应,独特的“Y”形元素展现着“承非凡,启新境”的品牌主张,轻松、活泼、明快的展台氛围更好的实现与年轻消费者的互动沟通。

大众汽车乘用车品牌管理董事会成员、大众汽车乘用车品牌中国 CEO Dr. Stephan Woellenstein 表示:“通过 JETTA 品牌,我们将为更多的中国年轻购车者提供一个进入大众汽车世界的机会。”

焕新的 JETTA 品牌拥有强大的德系 DNA,它继承了大众汽车的质量、耐用性、安全性和品质标准,将精益求精的德国技术和



工艺完美呈现。JETTA 品牌将以全新的设计、先进的技术、更多的车型选择,为向往德系品质的年轻消费者提供具有纯正大众基因的产品。

为年轻用户而来 开启美好汽车生活

JETTA 品牌面向年轻消费人群,与他们一起彰显年轻个性。在移动互联网时代成长起来的年轻人并不随波逐流,他们理性务实、崇尚价值,对自我消费需求有着清晰的认知。对于汽车,他们更在意品牌价值,重视产品品质。JETTA 品牌正是为他们而来。

一汽-大众汽车有限公司董事、总经理刘亦功表示:“基于对年轻消费群体的洞察,JETTA 品牌携纯正德系血统、卓越生产工艺为年轻人开创美好汽车生活。用户购买的不只是一款汽车,JETTA 以舒适的空间和精准操控让他们无惧路途遥远。

一汽-大众汽车有限公司董事、总经理刘亦功表示:“基于对年轻消费群体的洞察,JETTA 品牌携纯正德系血统、卓越生产工艺为年轻人开创美好汽车生活。用户购买的不只是一款汽车,JETTA 以舒适的空间和精准操控让他们无惧路途遥远。

“JETTA 将全新产品家族呈现给中国新一代购车者们,这些优秀的产品正是为他们而设计。”捷达品牌、一汽-大众汽车有限公司成都分公司总经理 Harald Mueller 相信,

JETTA 品牌是满足年轻用户群体需求的新起点。

全新 SUV 家族亮相 德系基因铸就品质标杆

伴随着热情洋溢的音乐,JETTA 品牌旗下年轻化 SUV 家族车型:A 级 SUV 车型 VS5、A+级 SUV 车型 VS7 先后亮相。JETTA 品牌 SUV 家族由沃尔夫斯堡团队主导设计,大众汽车品牌首席设计总监 Klaus Bischoff 先生创造出独特的设计理念令 JETTA 品牌旗下产品更具年轻活力。

新车的前脸采用 X 设计元素,车身侧面线条贯穿前后、中部腰线与之呼应,整车造型更加立体,尾灯的“Y”元素则与品牌核心图形相互呼应。

JETTA 品牌全新的 SUV 家族产品均诞生于大众先进的 MQB 平台,全面应用 6 序冲压、激光焊接、空腔注蜡和自动拧紧等先进工艺,搭载大众 EA211 发动机、独立悬架及 ESP 电子稳定系统、ACC 自适应巡航等技术,让高端品质、操控乐趣、安全可靠集于一身,为年轻消费者创造高品质驾乘体验。

作为 JETTA 品牌 SUV 家族主打产品之一,JETTA VS5 计划于今年三季度上市。

德系工艺及领先制造技术铸就了 JETTA 品牌 SUV 家族的品质标杆,体现一汽-大众全面满足年轻德系粉丝的匠心,全面焕新的年轻化产品家族,将为消费者带来全新的汽车生活。

创新营销模式 深化服务体系

除了优秀的产品之外,JETTA 品牌围绕年轻用户的需求,创新构建“Yi 生态”营销服务体系,涵盖消费者认知、购车、用车全过程,为年轻用户提供更为高效、便捷、成熟的营销服务。

“Y”是 JETTA 的核心品牌元素,“i”则代表了 JETTA 品牌的互联网思维。“Yi 生态”从年轻人的消费需求出发,提供符合年轻消费人群消费习惯的全方位服务。

“Yi 生态”包含三方面的内容:Yi(易)知,用户通过 JETTA 品牌自有电商、APP、官微等,在线上即可获取信息,轻松扫码便可实现深度试驾,体验高品质产品;Yi(易)得,JETTA 的经销商网络以销售体验店为主,2S、4S 店为辅,结合移动网络实现广泛覆盖,同时在销售流程中融入大量数字化触点与多样的信息交互渠道,为消费者提供触手可及、灵活便捷的购车模式;Yi(易)享,JETTA 品牌充分利用一汽-大众大众品牌现有优势资源,实现服务网络、服务体系、服务团队共享,为用户提供全生命周期专业化、可信赖的成熟服务及用车保障。

一汽-大众汽车有限公司商务副总经理董修惠表示:“凭借高品质的产品、年轻的沟通语言、‘Yi 生态’营销服务体系,我们相信,全新发车的 JETTA 品牌将为市场注入年轻活力。”

环保新里程 品牌新力量

植本集团在重庆 正式成立

■ 东方

可降解、低污染、低能耗、绿色化生产制造,节约资源以及材料回收循环再利用,是东元集团一直以来致力打造环保品牌的初衷,在 4 月 21 日于深圳国际低碳城开幕的“新里程·新力量”2019 东元集团战略发布会上,除大健康、文化、公益教育等领域新品牌会悉数与大家见面外,植本集团也将宣布成立,这是东元集团一直秉持对环保的责任与承诺的兑现,也是集团迈出新里程的重要一步。

这场围绕环境环保新材料发展未来的盛会,将以新时代社会经济发展中的生态环保为重点,涵盖生态环境材料及其相关产业的发展。

在环保道路上不断积蓄力量的同时,东元集团还将与政府紧密合作,推动产业结构的进一步优化,实现产业层次提升。因此,重庆市开州区政府与植本集团已正式签订投资合作协议,建设重庆植本科技产业园。

4月17日,重庆市开州区植本科技产业园举行“播种环保,成就未来”重庆植本奠基仪式庆典活动。莅临现场的有包括重庆市开州区政府相关领导,植本集团负责人,环保公益机构负责人等。参与活动的还包括重庆电视台、重庆商报、中国新闻网、腾讯、网易、新浪等 30 家主流媒体。

东元集团也到场与环保公益机构达成协议,共同推动环保教育活动,实现自主研发和自主产业升级的同时,助力发展全国乃至全球的环保事业。

自 2015 年以来,东元集团就投入环保新材料的研发,通过整合环保材料领域、自动化生产领域、产品技术研发领域等多方面的人才团队。两年的研磨,过亿资金的投入,终于在环保材料的精度、密度、细腻度、成型等一系列技术层面取得了突破。在以环保植物纤维材料替代塑料,实现艾艾贴产品升级的同时,在面对环境友好的问题上履行了企业社会责任。

植本集团的正式成立,将作为秉承环保理念和肩负社会责任的领先企业,努力实现带领拥有环保梦想的企业实现产业升级。这预示着以植物纤维为核心材质的环保材料全产业链战略布局正式启程,植本集团将基于植物纤维材料实现全方位的商业化应用,并最终推进全球化合作。

在未来,东元集团将以生态保护为己任,以开放合作的态度,联合更多拥有同样诉求的企业致力于产业的可持续发展,在推进植本材料成型应用产业链的搭建的同时,为合作和相关利益者提供良好的服务与支持,实现坚持取之于自然,用之于自然的初心,为全国乃至全球的环保事业奉献力量。

中国石油蝉联全球最有价值油气品牌榜眼

■ 王歆

近日,国际品牌价值权威评估机构 Brand Finance 公布 2019 年全球石油和天然气企业品牌价值前 50 名榜单。中国三大石油公司均榜上有名,其中,中国石油高居榜单第二位,中国石化位列第三,中国海油位列第二十一位,壳牌拔得头筹。

与去年的榜单相比,中国石油和中国石化的排名没有变化,但是品牌价值均有大幅

度上升,分别增长 18%和 23.3%,评级也分别由 AA+和 AA 变为 AAA-。值得注意的是,壳牌在该榜单中常年高居榜首,也是唯一品牌价值超过 400 亿美元的企业。紧随其后的中国油企虽然与壳牌还有一定差距,但随着中国油气品牌价值的大幅度提升,差距正在逐年缩小。排名第六和第八的雪佛龙和埃克森美孚的品牌价值则有所下降,其中雪佛龙下降 6%。

此外,今年的排名情况呈如下三个特点:

一是国家石油公司品牌价值比国际石油公司增长快。前 10 名中,有 5 家为国家石油公司,且品牌价值年增长率大部分维持在 10%以上。二是石油与天然气品牌受其产业链用户和市场的普遍尊重。三是榜单中出现了新面孔,阿布扎比国家石油公司首次登陆榜单,空降第十二位。

总部位于伦敦的品牌金融咨询公司 Brand Finance,是全球知名的独立第三方品牌价值评估和咨询机构,在全球设立近 30 个

分支机构,是国际五大品牌价值评估机构之一。公司每年研究超过 3500 个来自全世界不同行业的品牌,《全球品牌价值 500 强排名》是其最具知名度的榜单,得到广泛认可。

据悉,Brand Finance 采用“特许费率法”计算品牌价值,即假设品牌在并未被使用者所拥有的情况下,品牌使用者所需支付的款项。“特许费率法”通常受到税务机构和法庭的青睐,因为该计算可以通过公开可用的财务信息来完成。

品牌故事 | Brand story

■ 王越

惠达卫浴股份有限公司始建于 1982 年。2017 年 4 月 5 日,惠达卫浴在沪市 A 股主板成功上市,成为国内综合卫浴第一股。37 年来,惠达卫浴已从一个镇办小厂发展成为目前全国卫浴行业的龙头企业,销售网络遍布全国各地,在国内拥有专卖店 2000 余家,同时为国外 70 多个国家和地区的百余家客户提供优质的产品和服务。2018 年经世界品牌价值实验室评定,惠达品牌价值达到 219.69 亿元。

坚守匠心 质量成就业界旗帜

质量是企业生命、兴企之本、强企之策。多年来,惠达卫浴始终坚持质量第一的经营方针,并随着企业不断发展壮大和消费者对产品质量需求的升级,持续创新质量管理的内涵和外延,始终坚持高质量发展。

惠达卫浴在对产品质量实施全方位、立体化管理与控制上,有四字箴言:

严,就是对产品质量控制严格到近乎苛刻的程度。1996 年,惠达卫浴制定了“精工细作、优化功能、追求最佳、顾客满意”的质量方针,1997 年在国内卫生陶瓷行业第一个实施高于国家标准的企业内控标准,并针对国标的修订,参照国际先进标准,及时对企业内控标准进行与时俱进的修订、完善和充实,符合国际标准,严于国家标准,适应市场竞争的需要。在全国同行业率先实现合格品一个等级出厂,在行业内外传为佳话。2011 年,公司顺利通过了质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系认证,成为同行业首家通过三标一体化认证的企业。

细,就是关注质量细节,追求精益求精,恪守工匠精神。公司投资 3000 万元购置研发、试

惠达卫浴:坚守匠心品质 打造百年品牌

验仪器设备 300 多台(套),集原材料化验、质保、工艺、产品检验于一体,统一进行标准化运作,形成了生产过程作业指导书 53 项,原材料检验标准 40 项、成品检验标准 490 项,实现了从原料进厂到产品出厂 36 道环节的分层分级管控。为满足全球不同国家、地区市场的要求,公司颁布实施了《100 项品质细节》,品质管理贯穿始终,公司产品质量水平始终居于同行业领先水平。

恒,就是持之以恒,坚持不懈。37 年来,惠达卫浴不仅逐步形成并不断完善了质量管理体系,更通过严肃认真的教育和培训,让质量意识成为每一名惠达员工的自觉行动,使质量管理成为企业文化的一个重要方面,使产品质量成为企业和员工创新创业的重要载体。由于取得了对质量管理与控制的有效和成绩,企业相继被评为全国质量管理先进企业,获得河北省质量管理奖等荣誉称号。

实,求真务实是稳健发展的基础。惠达卫浴从小到大、由弱到强,从唐山走向世界,由国内品牌到国际名牌,始终以初心引领,实在做人、扎实做事,专注实业、求真务实,一步一个脚印,紧扣时代脉搏,坚守务实本色,以实干兴企的拼搏奋斗精神,成就了民族自主品牌的强势崛起与壮大。

在二次创业、高质量发展的惠达新时代,实现美好的惠达梦,必须不驰于空想、不骛于虚声,真抓实干、艰苦创业,这是他们坚守的精神品格和质量宣言,也是他们实现“双百惠达”战略目标,指引企业从卓越走向伟大的坚实基础。

创新驱动 成就惠达高质量发展

保证四字箴言长新、长效的良方,就是创新。创新不仅是发展第一动力,更是确保质量



长青、品质永恒的不变法则。

产品质量创新。产品质量需要创新,提高产品质量措施和标准更需要创新。惠达卫浴加大技术创新步伐,“精陶质卫生陶瓷产品产业化”项目列入 2017 年度河北省重大科技成果转化专项,属河北省政府重点支持的高性能新材料产业。公司自主创新能力强,拥有博士后科研工作站、国家认定企业技术中心、河北省卫生陶瓷工程技术研究中心、河北省工业设计中心,参与国家和行业标准制定 21 项。

产品研发创新。惠达卫浴遵循国家标准,积极创新产品,提升产品的档次和附加值。以“智慧·生态”为产品升级理念,在行业内率先推出了颠覆传统洁净理念的紫外线杀菌智能马桶,更节能环保的智能马桶变频即热技术,突破传统 3.55 升国家节水标准的超低节水坐便器,每年推出智能产品 70 余款,推动卫浴产

品从“中国制造”向“中国智造”升级。

工业设计创新。随着市场竞争加剧和消费升级,陶瓷卫浴产品的工业设计水平和能力已成为提升产品竞争力的最有效方式。惠达卫浴以工业设计为抓手,助推企业转型升级、提质增效。公司产品获得多项行业、国家大奖。

生产工艺创新。俗话说:工欲善其事,必先利其器。随着世界范围内科学技术的发展与进步,卫浴行业的生产工艺也在不断创新中发展,在不断发展中飞跃。现有生产线全面采用了机器人施釉系统,进一步提高釉面平整度,降低工人劳动强度,是业内少数采用机器人施釉技术的公司之一。倾力打造的 4.0 工业化、智能化卫浴 4# 生产线已进入试生产阶段,采用机器人施釉、搬运、装窑,自动注浆及多层自动化存储。智能化、自动化的生产装备不仅有效保证产品质量的稳定与提升,提高生产效

率,改善作业环境,提升产品品质,更有效提升了惠达企业整体实力,提高了抗风险能力和市场竞争能力。

人才创新。市场竞争最终是人才的竞争,科技创新关键在人才,而不断创新人才,则是保持企业鲜活生命力的基石。惠达卫浴按照“走出去、引进来”的指导思想,积极引进各方面的研发创新人才,并努力营造一种利于人才成长与发展的环境,并不断为其加油充电,保持创新人才智慧和才能的持续释放,还在创新机制、创新制度、薪酬待遇等方面提供强有力的支持和保障。为激发广大研发创新人员的积极性、主动性和创造性,企业专门设立了科技进步奖,用于表彰奖励在科技创新方面成绩突出的研发人员和创新成果;制定了鼓励产品设计评奖申报及专利申报工作的奖励政策。

加强科技创新成果的保护。先后在美国、加拿大、澳大利亚等 60 多个国家和我国香港特区注册了“惠达”商标 100 余项。企业持有有效专利 274 项,其中发明专利 25 项。通过对自主创新成果采取切实有效的保护措施,提高了惠达产品的市场竞争力,使自主创新工作在企业有序开展,为企业积累了一笔巨大的无形资产,有力推进了企业的健康、持续、和谐发展。

同时,公司以强化信息化建设为切入点,对公司的销售管理、生产计划管理、采购管理、人力资源管理、生产制造管理、财务管理、技术研发管理、品质管理等进行全方位梳理,引进人才,优化架构、职能和管理流程,使各项管理达到精细化、国际化标准,以实现公司整个管理体系的再造,全面提升公司管理水平。

未来惠达将实施“智能化”“专业化”“国际化”三大战略,实施创新驱动发展战略,落实品质革命主体责任,推动转型升级,持续推进企业高质量发展,为推动亿惠达,百年惠达,创建世界级卫浴家居品牌奠定坚实基础。