

“官车”争夺战：各大车企各显神通

奥迪“去官车化”战略全面启动

■ 钱瑜

瞄准年轻消费人群,奥迪“去官车化”战略已全面启动。日前,奥迪2013青年盛典在清华大学开启。与此同时,奥迪赞助的《中国合伙人》等影片也在近期集中上映。这是在车型全面年轻化后,奥迪在营销方面进一步实施“去官化”、年轻化战略的体现。

一汽-大众奥迪销售事业部公关经理宋兆桓认为,奥迪最早进入中国市场的是奥迪100和奥迪A6,由于历史原因,奥迪A6一直被认为是“官车”的代名词。相关统计显示,奥迪A6在高端公务用车领域一度占比超过八成。“最近几年来,奥迪一直试图改变这个刻板印象,包括在年轻用户层面上致力去官车化。”宋兆桓说。

一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理葛树文表示,奥迪凭借“突破科技 启迪未来”的品牌理念,将助力中国青年实现中国梦为品牌责任。

事实上,最近几年来,奥迪一直在进行品牌年轻化的传播。2009年,在奥迪诞生100年之际,中国开始使用奥迪全球统一的全新品牌标识,此后,“动感、进取”成为了奥迪品牌营销的重点。

其轻,中国年轻化的年轻化是奥迪努力年轻化的主要原因,在中国,“80后”、“90后”对豪车的消费能力远远超出了预期。要保持在中国的优势,奥迪必须更“fashion(时尚)”一些;另一方面,奥迪要在中国最终“摆脱古板的公车形象,扩大私车比例”,使品牌年轻化是必须的环节。

在吸引年轻用户方面,宋兆桓透露,奥迪不仅会推广如Q3、A1等针对年轻人打造的车型,还会通过与艺术、体育、文化、音乐以及慈善等领域的合作将奥迪品牌的“年轻化”特征深入地根植于消费者心中。

在活动现场,记者看到,文艺、体育、音乐等领域的青年精英郎朗、周杰伦、张靓颖等共聚一堂,以“启迪未来·实践中国梦”为主题,以音乐、舞蹈、演讲、对话为表达方式,上演了一场“梦想”与“未来”的盛典。可以说,如此青春气息盎然的盛典背后,是奥迪对品牌年轻化的不懈追逐。

为了突出车型的年轻化,当晚,由郎朗领衔的社会各界青年领袖所搭乘的奥迪车中,并没有出现A6L和A8L的身影,取而代之的则是年轻、个性化的奥迪TT、奥迪A5 sportback等车型,颜色更是以亮丽的红色为主。

“这几年来,公众、媒体和用户已经体会到了奥迪品牌的全方位转变,奥迪品牌是进取、尊贵、动感的品牌,而不是以官车为主。”宋兆桓表示,年轻并不是指年龄,它是一种敢于尝试、敢于拼搏的心态,而这恰恰体现的是奥迪的核心品牌价值——进取。



“我们逐渐要坐自主品牌的车。”国家主席习近平的表态,让自主品牌正在迎来最佳的发展机遇,这也引发了一场“官车”争夺战。

■ 津禹

2012年12月,国家主席习近平在《关于领导干部“配车问题”发表的内部讲话》时表示:“我们逐渐要坐自主品牌的车,现在也有了这个设计和生产,老坐外国车观感也不好。很多外国领导人都坐自己国家生产的车,除非没有生产。”

正是这样的表态,让自主品牌正在迎来最佳的发展机遇。也引发了一场“官车”争夺战。一声枪响,一汽红旗、上汽君威、广汽传祺、北汽绅宝、广汽传祺、东风风行、比亚迪e6、吉利沃尔沃等开始八仙过海各显神通,集中通过公关、宣传等手段欲争得更多机会和市场份额。

一汽红旗：打“红色牌”、“民族牌”

中国外交部公共外交办公室的官方微博“外交小灵通”发布微博,宣布王毅的公务用车即日起使用国产红旗H7轿车,并附上该款轿车的图片。这则仅27字的短帖引发舆论的热切关注。

有人认为王毅率先坐红旗,可能将带动中国省部级官员的“换车热”,打破多年来德国奥迪(统一)车在中国部级以上高官公务用车中“一统天下”的局面。

红旗轿车诞生于1958年,是毛泽东时代中国最典型的“官车”。到了上世纪80年代,红旗车因为油耗较大、成本高、产量低而停产。此后,中国引进节能舒适的外国品牌轿车,公务用车自1990年代起纷纷换成以奥迪为主的合资品牌,红旗的地位骤然下降。2008年6月,一汽启动“红旗复兴”项目,重新将红旗定位为高档车。今年5月30日,“红旗H7”款正式在北京上市,共有3.0L和2.0T两个排量的5款车型,售价为29.98万元至47.98万元。比起奥迪A6L车型介于30几万元至70几万元的售价,“红旗H7”在价格上具有一定优势。

今年以来,红旗品牌在一系列政治事件中亮相,已经吸引了不少目光——4月25日,法国总统弗朗索瓦·奥朗德访华,在北京迎接他的座驾是红旗L9。据称,“这是一款豪华程度堪比劳斯莱斯的顶级轿车,价值400万人民币”。5月5日,巴勒斯坦总统阿巴斯访华,迎接他的也是红旗L9。同样在5月初,有媒体报道,“中国政府援助斐济政府20辆由中国第一汽车集团公司生产的自主品牌红旗公务轿车,为两国友谊注入新活力”。

上汽荣威：对标一汽

最近还有一则新闻很惹火——上海汽车最近刚刚和全国海关总署签署了150辆荣威W5的采购协议。

此前,去年147台荣威W5越野车获得中宣部采购之后,今年全国各地检验检疫局、中国人寿、国家气象局下属单位和海关已经采购了荣威750、550、W5、950等多款车型。年初,荣威更是争得了两会用车的头衔,并在众多宣传稿件中将自己成为“自主公务用车的选择”。

上汽发布的媒体宣传稿件称:2013年两会期间,上汽自主品牌轿车开始先声夺人之势——成为两会媒体指定用车。当载着媒体的荣威950穿梭在各大主管部门领导面前时,上汽自主品牌迅速赢得了两大群体的信任——政府官员和媒体。

其甚至还列举了与北汽集团、一汽集团的绅宝、红旗相比更适合做公务用车的理由,其中提到:和北汽集团、一汽集团等国有汽车集团相比,荣威950比绅宝、红旗的运作更上正轨。上汽集团真金白银地投下巨资,开发全新平台,而不是求求全。没有走捷径、吹泡泡思路的上汽集团,零部件车型整体竞争力提高、部分核心零组件知识产权,生产掌握在自己手中的新时代。

另外,上海市虹口区一家事业单位相关人士称,虽然上海市没有严格要求必须采购自主品牌汽车,不过根据下达的采购公务用车文件算下来,只有采购荣威550比较划算。



北汽绅宝：命名行政版

在外交部长换红旗和荣威获采购的新闻过后,来自北京汽车股份有限公司的消息称,目前已有100多辆绅宝加入到北京市政府机关公务用车的行列。北京市委、市政府、市南水北调办公室、市安监局、市地勘局等部门已开始尝试将绅宝作为公务用车。

“虽然绅宝并不是唯一进入北京市政府机关的公务用车,但肯定会更倾向于我们。”北汽内部人士说,在绅宝上市当晚,北京市主要领导还亲自到场助阵。

“作为发力中高端市场的首款自主品牌车型,”北汽在绅宝上市之前就已经确定了其进入政府公务用车采购市场的策略。在绅宝上市的六款车型中,搭载1.8T发动机的两款车型则直接命名为行政版。”北汽集团相关负责人表示,今年年初,北汽还专门组织中央和北京市政府机关负责公务用车采购的工作人员对绅宝进行了全面体验,大家给予的普遍评价是,该车动力不错,内部空间也能满足工作需求,再加上北汽集团给予政府采购的一定优惠,相信会有比较大的竞争力,甚至可能打破北京市公务用车市场固有的采购格局。

据悉,为稳固和扩大“成果”,北汽将针对这些公务用车采取更贴心的“特殊服务”,比如24小时售后服务保障,以及北汽率先全国推广的汽车“三包”政策等。

广汽传祺：主攻军界

广汽集团也毫不落后,最新消息称,广汽传祺1.8T系列公务用车刚刚中标解放军某部3000辆机关公务用车大单。

根据广汽宣传稿件,在中国人民解放军总装备部军车列装评比中,传祺1.8T系列车型以94.9的高分荣获第一名,比第二名高出5.9分。这也体现了广汽传祺优异的技术、稳定的质量、卓越的操控及超强的安全性等综合指标的全面优势。

据悉,广汽传祺自上市起便深耕公务用车市场,树立了亲民自主公务用车形象。如今,传祺已被广东、浙江、四川、广西等多个

组织谈判、签订建设工程合同以及日常造价管理都由能化公司自主实施;在安全管理方面,安全质量标准化建设、职业安全卫生、安全培训等工作由能化公司自主实施,重伤及以下人身事故、二级及以下非人身事故由能化公司组织调查分析处理;在财务管理方面,赋予能化公司固定资产的正常报废、处置、审批权,负责所属单位资金集中归集与调度使用工作,根据生产经营和项目建设资金需求,决定筹资方式、筹资额度;在物资采购管理方面,自主负责物资招标采购竞争性谈判、商务洽谈等工作;在产品销售管理,自主确定销售政策、营销策略和回款方式。这些改革措施,充分体现了充矿打破原有体制机制,适应当前经济发展的新环境,以创新的思维、有力的举措破解当前困难的信心和决心,既为鄂尔多斯能化公司加快发展提供了强有力的制度保障,也为充矿各产业、各驻外开发单位的度危求进、逆势发展提供现实借鉴。

新的政策出台以后,充矿集团上下迅速统一思想认识,强化工作措施,形成上下一致支持鄂尔多斯能化公司加快发展的整体合力。充矿集团成立推进鄂尔多斯能化公司加快发展领导小组,结合各自分管的工作,突出把方向、定标准、抓指导、强监督、严考核,研究制定支持鄂尔多斯能化公司发展的配套工作举措。把该放的权利放到位,必要的监督落实好,做到指导不干预,监督不失控,服务不添乱,真诚服务、真情帮助、真正支持,及时解决鄂尔多斯能化公司发展中遇到的问题,积极为鄂尔多斯能化公司加快发展排忧解难,形成了新区开发建设的强大推动力。

坚守西部志在建设充矿能源第二极

新机制带来新活力。自主经营政策措施出台后,极大激发了鄂尔多斯能化公司蓬勃

发展的强大活力。他们牢固树立“四大理念”,推动“三大提升”,基础工作不断加强、重点项目相继突破,在外部环境日趋严峻的形势下实现逆势强劲发展,为在内蒙古高原早日建成新型能源基地夯实了基础。

树牢“管理创造价值”科学发展理念、“精干高效”创新发展理念和“阳光团队”和谐发展理念。这个公司坚持理念先行,建立以管理创造价值为导向的绩效考评体系,“人人都是管理者,人人都是价值创造者,人人都是管理创造价值”的初步建立以经济增加值核算为中心的绩效考评体系,对实现经济目标和效益最大化起到了引导作用。

优化项目设计,压缩项目建设投入。按照集团要求,鄂尔多斯能化大力优化投资概算,结合项目建设实际,与科研院所、设计院、公司职能部门专家共同研究,对周边十余个同类别矿井生产模式、承包方式、产品价格等进行深入调研、总结和分析,结合调研情况对项目设计、材料购置、建设施工、进度控制等方面进行优化,降低建设投资,做到在保证项目质量和功能的同时,投资最省、效果最优。化工项目、转龙湾煤矿项目、石拉乌素煤矿项目、营盘壕煤矿项目四个在建项目累计可降低概算6375.83万元,降幅均达到5%以上。

优化管理流程,建成科学管控体系。鄂尔多斯能化公司结合当地实际和特殊生产管理,探索实施了一条异于本部矿井的生产模式,即“安源模式”。“安源模式”在安源和文玉煤矿首先进行验证,收购矿井后继续保持组织机构、工作分工、薪酬待遇“三个不变”,稳定了队伍,实现了高效生产,实现“收购即收益”、“资产资本化、资本增值化”目标。认真做好投资、人员、物资供应、销售、比价采购等多方面工作,实施降成本、降费用、控投资、提经济运行质量的“两降一控一提升”经营举措。去年至今,能化公司累计签订各类合

同624份,合同金额288301.25万元,通过招投标节约资金36930.85万元、降幅达到8.7%。公司资产周转率、存货和应收账款等指标保持良好运行状态,可归集资金集中度在90%以上。

优化生产组织,降低成本增效益。狠抓生产建设中的成本控制,严格按照“安全上保障,技术上可行,经济上合理”原则选择设备、材料,除关键部位外,各类设备和材料能国内不国外、能本地不外地、能自主不外委,同时严把材料的审批、采购、发放等关口,严格控制成本降低15%以上。立足精采细采,吃干榨净,挖潜增量,努力提高资源回收率,加大回采控制力度,安源、文玉煤矿在工作面布置、机电运输、煤柱回收等方面创新生产组织模式,既节约了大部分煤炭资源,又使公司购买矿井的费用得到最大限度回收。

优化人才机制,树牢和谐发展理念。以凝心聚力为出发点和着力点,以打造“阳光团队”为主线,着力在理念引领和组织保障上狠下功夫。提出“和谐能化、充矿家园”的阳光团队愿景和“建家立业、成就辉煌”的阳光团队使命。大力倡导“乐观自信、坚毅执着,不怕疲劳、不惧困难,锲而不舍、不言放弃,遵规守约、求真务实,主动及时、敏捷高效,精细守纪、纪律严明”的阳光团队作风,大力塑造“忠诚组织、感恩企业,善于学习、勤于思考,团结友爱、精诚协作,奉献光热、创造价值,凝心聚力、促进发展”的阳光团队形象,坚持人文关怀、心理疏导、岗位锻炼、员工互帮互助、各类活动熏陶以及艰苦环境的考验和艰巨任务的磨练并举,有力促进了公司员工队伍建设。

现在,不论是在已经生产的煤矿还是在在建项目,都呈现出事业的大发展、项目的大跨越、工作的大提升。在不久的将来,一个区域一流、国内先进的新兴能化产业基地,将在荒凉的中国西部建成!

创新体制为新区建设插上腾飞翅膀

近年来,随着本部基地生产规模的持续稳定,充矿集团创业的重点逐步向外部转移。包括鄂尔多斯基地在内的外部发展基地,成为充矿集团迅速崛起的主力军。为加快这些基地的发展步伐,充矿集团打破传统思维定势,冲破传统模式束缚,突破体制机制障

碍,改革行政化的企业管理模式,不断建立适应市场化、规范化、现代化发展要求的体制机制。而在推动鄂尔多斯能源基地建设上,更是创新理念,创新机制,致力为鄂尔多斯能化公司快速建设打开体制机制的闸门。围绕构建管控适度、权责清晰、规范高效、充满活力的管控体系,坚持责权利相统一、政策有效支持与激发内生动力相结合,充分授权、有效监督、严格考核,加快落实能化公司的经营自主权,全面激发基层的创业激情、内生动力和发展活力。

经过认真调研、深入分析,充矿集团决定针对鄂尔多斯能化公司的建设现状,出台一整套能化公司自主经营、快速发展的政策措施。其根本指导思想是,坚持责权利相统一,坚持政策有效支持与激发内生动力相结合,坚持充分授权、有效监督、严格考核,探索建立适应市场化、规范化、现代化发展的管控体系,加快资源优势向效益优势和经济优势转化,培育外部资源开发新基地、新机制、新模式,实现高质量、高标准、高效率,建成区域一流、国内先进的新兴能化产业基地、高质高效发展基地、品牌信誉提升基地、职工安居乐业基地“四个基地”。

根据这一指导思想,对鄂尔多斯基地的所有建设项目实行项目负责制,充分授权,自主决策经营。在人力资源管理方面,母公司只管主要负责人和班子成员,其余各级管理人员、调整任免、员工招收、教育培训、考核奖励,都由能化公司自主负责;在薪酬管理方面,能化公司自主制订工资分配方案和激励奖惩办法,自主确定各类人员收入水平及具体分配形式;在规划投资管理方面,在母公司签订的投资概算内,自主安排生产性自有资金计划,概算内项目按照工程进度,自主安排投资计划;在建设项目管理方面,从施工图会审及一般设计变更和现场签证,国家法律法规范围内,按照项目核准方案开展招标投标工作,