



● 华晨董事长祁玉民

福布斯最佳 CEO 华晨董事长祁玉民 跻身前五强

7月3日,福布斯中文版发布“2013年中国最佳 CEO”榜单,华晨汽车集团董事长、总裁祁玉民位列第四,跻身前五强。

福布斯中文版自 2005 年起开始制作“中国最佳 CEO”榜单(最初的名称为“中国最佳老板榜”),至今已经有 9 年历史。今年共有 50 位 CEO 入选该榜单,其中 1 家公司在美国纳斯达克上市,18 家在港交所上市,其余 31 家在上海及深圳交易所上市。该榜单依据 CEO 管理公司的业绩(3 年复权股价增长率,相对于其行业和所在市场的股指表现)、市值、3 年总薪酬等进行排名。他们在 3 个年度的考察期内使公司的复权股价增长了至少 94%。同时,福布斯遵循“A 股优先港股,港股优先其他”的原则,在不同市场上市的中国公司 CEO 放在同一个标准下比较,更体现最佳 CEO 的价值。

福布斯表示,2006 年上任的祁玉民,带领华晨汽车集团在引进、消化和吸收世界先进技术基础上,采取自主创新与自主品牌相结合,打造出一系列中高端创新产品,填补我国中高级轿车市场自主品牌的空白,打破中高级轿车市场只有外资和合资企业一统天下的格局。最近 3 年复权股价增长 310%。

祁玉民素以作风硬朗、创新实干著称。按照祁玉民的计划,2012 年,华晨整车销量超过 67.2 万辆,排名跃至国内第七,销售收入突破 1.067 亿元。中华轿车在 2012 年也实现 2000 万元的盈利。今年,祁玉民推出华晨宝马打造的全新合资自主品牌“之诺”,华晨汽车的自主品牌建设又向前迈了一大步。

另据了解,今年 6 月,德国宝马集团授权华晨汽车集团旗下新晨动力机械有限公司生产 N20 发动机,这是宝马第一次在德国本土以外的地区投产发动机。该项目的开工建设,打破了世界顶尖汽车企业没有授权体系外企业生产发动机的先例,也开创了中国自主品牌汽车发动机企业第一次与世界顶尖品牌深层次合作的先河。这款国内市场最先进的发动机将搭载在中华、金杯两大自主品牌中,这种合资公司的合作模式将为汽车产业的发展探索出一条可借鉴之路。

2013 年,华晨汽车将继续坚持以品牌创新、研发创新、资本创新为核心的“华晨发展模式”和高起点自主创新、高品质自主品牌、高目标跨越式发展的“三高战略”,矢志不渝打造精品车,确保实现整车销量 75 万辆,同比增长 11.7%;全年预计实现销售收入 1200 亿元,同比增长 12.5%。

(赵宝峰 于丹)

为中国皮卡文化立言 先锋作家马原获赠 郑州日产皮卡

7月20日,著名先锋派作家马原在其新书《纠缠》的分享会上和媒体及读者见面,畅谈了“一个中国作家的文学梦”,并称准备在他未来的创作中引入皮卡,讲述他与皮卡的不解之缘。作为国内专业皮卡厂商,郑州日产为表示祝贺并感谢马原先生对中国皮卡文化的推动,现场赠予马原先生一辆 Nissan 皮卡。

马原,作为中国当代“先锋派”小说的代表作家之一,其著名的“叙述圈套”开创了中国小说界“以形式为内容”的风气,代表作有《纠缠》、《虚构》等。马原先生不仅是一位文学巨匠,还是皮卡的狂热爱好者,对皮卡文化更是情有独钟。在马原先生年轻的时候,就曾开着皮卡驰骋于中国大地,用自己的激情和活力诠释着中国人自己的皮卡文化。而此次获赠皮卡,也将帮助他在未来的创作中,以皮卡为线索,讲述他自己对皮卡文化的理解与和皮卡的不解之缘。

皮卡在国外汽车市场是最畅销的车型之一。就美国而言,皮卡文化简单而有特色,迎合了美国人粗狂不羁、喜爱户外生活的性格。从某种意义上讲,皮卡是美国文化的一个缩影。在中国,提起皮卡更多人想到的是货车、生产工具,加上中国人的“轿车情结”及政策限制,使汽车消费者不太热衷于皮卡。如何改变中国汽车消费者的皮卡观念,接受皮卡,让中国形成属于自己的皮卡文化,是皮卡行业不得不面对的一个问题。

郑州日产负责人表示,作为皮卡行业的领军者,郑州日产此次赠车,是基于马原先生对皮卡文化的理解和热爱,也希望郑州日产的皮卡在成为马原先生得力助手和好伙伴的同时,能为马原先生带来更多的创作智慧和灵感,让更多的朋友了解皮卡,热爱皮卡生活。

(李晴)

行业第一的增速得益于改革与创新 ——访上汽依维柯红岩商用车公司销售事业部总经理曹宗强

■ 本报记者 王建睿

7月1日,上汽依维柯红岩商用车有限公司(简称上依红)召开 2013 年半年度营销工作全员大会,公司销售事业部总经理曹宗强在工作报告中披露,公司 1-6 月实现整车销售 1.4636 万辆,同比增长 61.5%;市场占有率同比提升 1.2 个百分点;出口业务同比增长 180%。

近年来,因世界经济复苏乏力,中国经济历史性走低,内需不足、通货膨胀和结构性产能过剩等不利因素,严重地制约着中国企业尤其是制造业,重卡行业也于去年陡然进入多年鲜见的“寒冬”。今年上半年在重卡行业整体只略增 8%的大背景下,上依红却逆市上扬,创造了上半年重卡销售行业增速第一的好成绩,市场占有率显著提升,不能不说是一个有待探讨的典型现象。

记者为此采访了上汽依维柯红岩公司销售事业部总经理曹宗强。

据悉,近一二年面对颓靡的市场形势,上依红的整个销售体系从经营理念、组织管理到运作模式,都在发生着本质性的显著变化。据曹宗强介绍,去年以来,上依红销售工作打破固有的“以管理为导向”的部门架构体系,建立了以销售为核心的管理理念及流程,成立“以业务为导向”的公路车、工程车、专用车三大业务为主的工作单元,使得公司销售事业部的各项工作都变得更专业、更具体、更有指导性。

2012 年底在成都召开的上依红 2013 年营销商务年会上,曹宗强曾特别强调公司 2012 年持续实施的七大改革措施、五项重点工作,志在为 2013 年销量提升打基础。今年销售业绩的迅速攀升,是否真应验了去年预期呢?

曹宗强坦承,公司今年的增长就是得益于去年全新营销架构的搭建和各个层面改革的推进。他认为商用车营销措施的成效具有一定的滞后性,这就要求得在工作中看到问题,也要看到希望,在低潮时不能妄自菲薄,需要坚强的意志来支持,因为销售工作总是在不断的更新与改革中逐步体现其效果的。

去年至今,上依红在销售方面做了大量卓有成效的工作:大力实施“终端下沉”计划,驻外销售代表努力接受“与经销商同吃同住同劳动”的三同理念,对经销商进行一对一辅导作业,针对终端的信息交流更加快捷,服务更加周到,市场快速响应的局面逐步形成。针对去年销售下滑经销商遭受重



● SIH 销售事业部总经理曹宗强

挫的情况,上依红帮助他们重树信念和信心,继续实施专业细分,精准拓展专业市场。创新行销模式所组织的 30 余场“送戏下乡”、60 余场“车舞台”、“流行音乐季”等形式多样的终端活动,使红岩汽车品牌文化获得深度传播,得到经销商与用户的一致认可。销售网络质量得到显著改善,特别是作为主销区域的西南地区,销售量同比增长率达 110.1%。

当记者问到,近年来上依红的技术路线、产品战略、市场管理思路越来越清晰,基础工作扎实,发展后劲十足,这个问题同管理创新和公司中短期目标策略有哪些关系时,曹宗强认为,搞好销售必须真抓实干,而且是各个部门、各个层面协作的共同的实干,也是在走一段别人没有走过的路。上依红销售工作推行终端下沉,今年又对驻外员工的收入分配方式进行重大调整,推行驻店商务代表以销量为核心的薪酬考核机制,极

大地调动了销售人员和经销商、公司内和公司外两大方面的积极性,对公司销售产生了非常大的促进作用。

当代商用车业的发展,销售和服务尤其是售后服务越来越重要,记者问到在这方面上依红有什么好的经验,今后还将加强的或者说将下大力建设的措施有哪些等问题时。曹宗强坦言,建立健全专业的作业队伍是今年取得竞争性增长的基石,今年的销售工作将更注重网络建设和服务能力的培育。同时引导经销商推进销售服务一体化,让更多的经销商具备服务功能,更主动的关注提高服务网络质量,以涌现更多具有 24 小时作业能力、具备维修人员和拥有充足配件的有效服务站。

与此同时,自 2012 年起,上依红出口业务开始发生重大变化,2013 年出口业务已经初具规模。销售事业部在扩充国际业务处人员编制的同时,也在全国设立了边贸联

络处,意在培育一支自己的国际贸易队伍,通过发展海外直销业务和经销商海外销售业务,开辟自己的海外渠道,提升公司的出口能力。

曹宗强认为,做销售要有一种冒险精神,但却不能盲目冒进,对市场、对客户、对业务模式,都要有详尽的分析。上依红上半年销售工作的一系列成果,主要得益于营销将士的共同努力,得益于销售模式和管理模式的不断创新。今年下半年,销售事业部将继续推行以业务为导向、以销量为核心的营销方略,进一步细分市场,创新业务拓展渠道,构筑坚实的网络基础,致力建设学习型创新型团队,提高渠道综合营销能力与售前、售中、售后客户满意度;同时借助媒介优势加大品牌传播力度,继续实施“接地气”的终端行销活动,积极打造有效服务网络和有竞争力的配件价格体系,为上汽依维柯红岩公司做强做大做出新的贡献。

助力中国水安全 猎豹汽车:雅安援建彰显专业实干

7月9日,“猎豹汽车·中国水安全基金雅安专项支援行动”新闻发布会在四川成都举行。会上,猎豹汽车汇报了自“4·20”四川雅安地震以来,猎豹汽车与“雅安水安全工作组”在灾区的寻访调查情况,并公布了下一步行动计划。

据了解,猎豹汽车将携手“中国水安全计划”在雅安地区开展水安全净水设备安装与维护、水域挂牌保护等工作。3 个月之内,在卫生院、自然村、乡村小学等场所,逐个安装净水设备,为当地居民提供安全用水。与此同时,该计划不仅着手解决灾区紧迫的用水安全问题,更开展长效护水行动,未来将把守卫雅安水安全的经验带到全国各地。

猎豹汽车的行动得到了知名公益人士、中国水安全公益基金发起人邓飞的认可,他表示,作为“中国水安全计划”的第一个汽车赞助企业,猎豹汽车全程参与了雅安重建的第一线工作,充分体现了猎豹汽车值得信赖的“专业全能”SUV 和皮卡的品牌实力和“解决问题”的实干精神。

长丰集团董事长李建新表示,我们的目标不仅在雅安。未来,“猎豹专业全能支援计划”将随着中国水安全计划更加广泛地开展,惠及更多的灾区民众。猎豹汽车将以产品的专业品质和出色的越野性能,成为“中国水安全计划”的放心伙伴和水安全的有力守护者。

争分夺秒 猎豹汽车担任“护水”使者

“4·20”雅安芦山 7.0 级特大地震发生后,灾区城乡供水工程遭受严重破坏,水源及饮用水受到污染。其中,雅安天全县和芦山县是这次地震中受灾严重的地区。该地区密集分布了各种矿产资源开采、石材加工、铁合金冶炼、化工厂等企业,给震后水污染埋下隐患。同时由于粪便、动物尸体没有得到及时处理,震后灾区水源检测大多不及格,水源严重污染。当地居民面临严峻的喝水问题。

基于过去丰富的公益实践和观察,猎豹汽车迅速响应政府号召,第一时间携手“中



● 猎豹汽车品牌总监王粤江(左)与中国水安全基金发起人邓飞共同展示雅安新建净水点计划。



● 中华社会救助基金会秘书长胡广华(右)向猎豹汽车颁发捐赠证书。

国水安全计划”,在芦山、宝兴、天全 3 县的乡、镇、村进行调研和水质检测,并及时为灾区人民送去了保命的安全水。

据了解,雅安震后第一时间,猎豹汽车就为“雅安水安全工作组”紧急调配了专门应对恶劣路况的“全能越野王”猎豹黑金刚和能全面满足运输需求的“新城镇化的建设者”猎豹皮卡 CT5。猎豹汽车兼具的高通过性和高越野性,很好地适应了雅安地震过后复杂的路况,为工作组解决了交通和物资保

障的实际问题,连通了物资输送的生命线。“震后道路崎岖,但猎豹汽车性能的卓越,为我们提供了极大的车辆支持,不愧是值得信赖的‘专业全能’SUV 和皮卡车型。”“雅安水安全工作组”志愿者表示。

专业支持 全方位守卫“中国水安全”

目前,猎豹汽车已经向中国水安全公益基金进行现金及车辆捐助,合计价值人民币

110 万元,用于巩固和维护之前已建的净水点及后续净水点的新建工作,最终实现覆盖灾区全境,让灾区人民喝上放心水。

其中,专业猎豹皮卡 CT5 将在接下来全程为雅安水安全工作组提供交通保障。届时,猎豹 CT5 将以其强大的载货性,全面满足救灾物资的运输需求。同时,澎湃的动力性能,优越的越野底盘,还将赋予猎豹 CT5 无往不利的通过性,让 CT5 成为“雅安水安全工作组”的保驾护航者。

据悉,除前期的调研和净水点安装维护外,猎豹汽车还将为雅安地区多个片区水域环境提供持续性挂牌保护工作,打造雅安水安全保护示范点。此外,猎豹汽车和“中国水安全计划”还将阶段性的组织中科院专家进行调研活动,并编发《猎豹汽车?水安全雅安支援行动手册》,在雅安全境内宣传水域保护和安全用水知识,让雅安灾区的用水安全问题,实现从“一次救助”到“长远保障”的转变。

值得关注的是,雅安支援任务结束后,支援赈灾的猎豹汽车将继续随着“中国水安全计划”的开展,深入到全国其他有需要的地区,帮助更多的民众。

作为一家有社会责任感、敢于担当的企业,猎豹汽车一直积极支持、参与社会公益事业。本次水安全行动作为“猎豹专业全能支援计划”的重要组成部分,由专业机构、企业、专家、志愿者和政府部门协同合力跨界合作,正是猎豹汽车“专业全能”品牌理念的充分体现。

(邬淑晖 于丹)

▼ 相关资料

猎豹汽车“猎豹专业全能支援计划”:6 月 7 日,“猎豹专业全能支援计划”誓师启动仪式在猎豹汽车总部举行。长丰集团董事长李建新宣布,猎豹汽车与芒果 V 基金、深圳壹基金公益基金会、中国贫困山区儿童免费午餐、中国水安全基金计划、深圳市龙越慈善基金会等五大 NGO 组织,结成“猎豹专业全能爱心联盟”,将为四川雅安“4.20”地震后的重建开展 5 个爱心项目,猎豹汽车将在每一个爱心项目上投入的善款都超过百万元,实现全方位、多维度的全能支援。