

朱华荣:长安汽车走向世界有“底气”



长安汽车董事、副总裁:朱华荣

■邓莉

“国际化是中国汽车厂商无法回避的进程。长安汽车这次是亮相,也是学习。绝不是走秀。”在2013法兰克福车展现场,长安汽车董事、副总裁朱华荣面对前来好奇采访的外国友人,全英文发言介绍了长安汽车的产品和未来规划。现场展示的长安初具规模的量产车、新能源车和概念车,也宣示了长安汽车的“底气”。在接受记者采访时,朱华荣进一步剖析了长安走向国际的打算和想法。

让外国人看到中国车的DNA

“CS75选择在法兰克福车展首发,是因为它是要在全球进行销售和推广的。CS75就是国际一流水平,它会根据不同的地区做适当的适应性匹配,平台是按照全球的市场来做的。”谈到选择CS75首秀舞台放在法兰克福,朱华荣表示,长安再次参展,目的只有一个——让长安的产品和品牌全球化。“从局部地区——中国市场走出去,在全球来进行推广和发布。这样在品牌推广中,外国人就

会以全球的视角和全球的区域来进行我们相关的工作,而不仅仅是以中国这么一个区域。”

这几年,长安的国际化步伐迈得很大,目标也非常明确,做全球化的中国车企,拥有全球化的运作能力。朱华荣表示,中国品牌汽车企业要在全球突围,必须遵循汽车行业“产品为王”的特点。“品牌力来自产品力与服务,产品力来自研发力。长安用全球化的视野和高度,形成中国汽车自己的DNA。”为保证走出去的底气,长安的产品研发上步伐紧密。据朱华荣透露,长安将投放7款全新乘用车,2015年以后每年投放2款全新乘用车,形成4个平台,15个车系。商用车每年向海外市场投放一款新品。

长安的海外密码:“CA4133”

“CA4133”这组看起来像国航航班的数字,事实上是长安汽车到2020年的海外战略发展目标的缩写。“4”是指2020年,长安海外市场销量达到40万辆;“1”是指形成10大海外市场;“33”是指推进巴西、俄罗斯、伊

朗三大制造基地建设,以及实施北美、欧洲、右舵车三大战略市场预研。“2020年,我们将实现年产销汽车500万辆,初步具备世界一流汽车企业基本特征,形成覆盖新兴经济体及主要发展中国家的全球制造、销售、服务网络。”朱华荣表示,到2020年,长安将建海外销售服务网点810家,100%覆盖各重点市场一线城市。为此,2013至2020年,长安将向海外投资约8.2亿美元,保障长安CA4133事业计划顺利实施。

“高端品牌”将延后规划

朱华荣同时透露,长安将推后建立长安的“中高端品牌”的想法,适度地推后,可以让现在的产品品牌体系更为健康一些。但他否认长安已经放弃了建中高端品牌,“至少2020年以前不会去实现,不是现在的高端产品不做,是两个概念。”在长安的规划当中,睿骋和未来推出的CS95都属于中高级车,但目前要单独归类为中高端品牌,产品线明显较为单薄也过于“着急”。

上汽通用五菱技术大比武 迎接“新三包”

距离汽车“三包政策”正式实施只有不到一个月的时间了,在不少车企仍在着手根据新规定修订售后服务标准时,上汽通用五菱已决定从9月9日起对五菱宏光车型和宝骏品牌轿车提前实施“三包”政策。上汽通用五菱坚持从提升售后服务水平出发,举行2013年服务技术比武大赛,接力持续8年的坚持。此次技术比武将在全国五菱特约服务中心与快修中心展开,包括理论笔试与技能实战。经过海选赛,目前已有142家服务中心获得晋级资格,参与到新一轮的区域赛。接下来将是服务与维修为主、真枪实弹的技能比拼。

自2006年以来,五菱汽车服务技术比武大赛已进行8个年头,一年一届的技术比武持续提升五菱服务中心的故障诊断能力、维修技能,强化了标准化流程的执行,更重要的是提升了五菱用户的满意度。随着有形产品在消费者需求比重中的下降,作为消费末端的售后服务变得越来越无可取代。此外,新三包政策也对车企的售后服务提出了新的要求。

据悉,在本届五菱汽车服务技术比武中,理论笔试内容包括即将实施的三包法、服务接待以及汽车维修知识,全面考核服务技术细节,夯实服务流程与技术技能基础;技能实战包括故障的诊断与排除、部件拆装维修和服务接待,通过实操演练提升业务能力。经过第一轮笔试比拼,9月15日-26日,全国范围内前142名的服务中心将选派1名服务顾问和2名维修技师参加区域实操竞技,最终,将会在其中的40家中决选出本年度的八项大奖。

以服务来赶超产品脚步,将服务纳入经营销售战略提升企业整体品质,也成为了企业的制胜法宝。早在2004年,上汽通用五菱率先推出“专业服务?放心依托”的服务品牌,是国内首家服务品牌化的微车企业;2005年率先推行“定期到村、上门维修”的“航班服务”。截至目前,五菱在全国拥有销售和服务网点总数达3800个,在全国地级市区域的网络覆盖率已达90%以上,在一些经济发达地区,县级市场的覆盖率甚至达到100%。

在上汽通用五菱销售公司总经理杨杰看来,打造优质的产品仅是整个销售过程的第一步,售后服务的水平才是培养用户忠诚度、确保良好的客户关系、扩大用户范围的重要环节。

(武林)

1-8月销售中重卡超11.3万辆同比增长6% 东风商用车稳居中重卡行业领先地位

■寇华鑫

据东风商用车有限公司经营快报显示:今年1-8月,该公司销售汽车(卡车、客车)合计近12万辆,同比增长3.5%。其中,中重卡累计销售超11.3万辆,同比增长6%,稳居中重卡行业领先地位。

8月份,中重卡销售近9000辆,环比增长2%。其中,重卡销售近6000辆,同比下降1%,1-8月累计销售近8万辆,同比增长5%;中卡销售超3000辆,环比增长18%,1-8月累计销售超3.3万辆,同比增长7%。

行业预测,下半年宏观环境不会有显著变化,预计全年GDP增速是7.6%。靠投资拉动卡车需求增长显然不可能。同时由于国内油品等配套设施不到位,国IV的实施也只是分区域逐步推进,不利于国IV产品的市场导入整体布局。

面对严峻的市场环境,该公司将采取如下措施,来保证全年既定目标的有效达成:

精益运营。在生产经营方面全面贯彻精益化理念,通过合理排产、高效用工,降低制造的成本和费用,做到单台CPU跟上半年相比不下降。同时严控投资,防止产能过剩。

国IV应对。为应对国IV挑战,该公司将加速新产品的开发,有序导入国IV商品,并处理好后处理系统,降低车辆一次性购入成本。

商品与技术。商品与技术领域方面,继续推进商品的节点管理,在保证质量的前提下保证推进计划,并提升商品收益率。

质量改进。持续开展质量改进工作,全面提高QCD水平,从而提升客户满意度。



东风商用车

燃情赛道 追溯传奇

玛莎拉蒂2013“燃情赛道”试驾活动征战成都国际赛车场

9月14日,成都站玛莎拉蒂2013“燃情赛道”试驾活动在成都国际赛车场震撼上演。此次赛道活动作为继珠海、北京、上海站后的2013最后一站,同时也是全新第六代玛莎拉蒂Quattroporte总裁轿车V8车型在西南地区的首次赛道试驾活动。玛莎拉蒂“三叉戟”各车系中性能最强的旗舰车型:GranTurismo Sport跑车运动版、GT MC Stradale跑车、GranCabrio Sport敞篷跑车运动版等组成了最强的家族车型阵容,以重现赛道辉煌之名,带来完美的激情试驾体验。近百位嘉宾和媒体参与了此次试驾活动,品味玛莎拉蒂独特的文化传承和历久弥新的赛车基因,感受三叉戟的激情与荣耀。

全新玛莎拉蒂Quattroporte总裁轿车在上一代车型基础上实现了更加巨大的飞跃,同时沿袭了玛莎拉蒂运动型豪华四门轿车的悠久传统。其配备的3.8升530hp V8双涡轮增压使其最高车速可达307 km/h,使得它不仅成为玛莎拉蒂有史以来速度最快的四门豪华轿车,也成为动力最强且燃油经济性最高的玛莎拉蒂车型。

同时,玛莎拉蒂Trofeo赛车作为展示车辆在本次赛道活动中闪耀亮相。玛莎拉蒂Trofeo MC世界锦标赛是玛莎拉蒂于2010年推出的单一品牌车型锦标赛。这一全方位赛事主要面向绅士车手以及那些希望驾驶具有深厚赛车渊源品牌的高性能跑车进行比赛的人士。随着上月美国站比赛的落幕,玛莎拉蒂Trofeo MC世界锦标赛下一站比赛即将于11月3日在上海举行,本届锦标赛的决赛则定

于12月14日在阿布扎比上演。通过这一赛事在中国的举办,玛莎拉蒂希望将百年传承的赛车文化和运动基因近距离传播给爱车人士,并与之一同感受玛莎拉蒂因激情而卓越的品牌精神。

玛莎拉蒂“燃情赛道”试驾活动自2011年首次开启于上海F1国际赛车场,旨在打造一个全方位的体验平台,让参与者在充分享受驾驭乐趣的同时,体验玛莎拉蒂百年传承的运动激情,感受其卓越的品牌文化以及玛莎拉蒂汽车的完美品质。作为品牌独有的活动之一,玛莎拉蒂“燃情赛道”系列试驾活动今后每年将在全国各重要市场及地区陆续展开。

赛车运动是一场没有硝烟的战役,却充满着激情的灵魂碰撞。不论是运动与舒适的完美结合,还是澎湃动力与人车合一的完美交融,每一台玛莎拉蒂都能带来超乎想象的非凡体验。源自对玛莎拉蒂赛车文化的传承,此次成都站赛道试驾活动以模拟真实赛车团队的作战策略,打造了一场真正意义上的赛道体验。所有来宾以分组竞技的方式,分别组

成代表玛莎拉蒂历史上经典车型的三支队伍:Tipo26、Birdcage和Sebring进行比赛,重现玛莎拉蒂叱咤风云征战赛道的辉煌历史,追溯英雄战车的传奇人生。除此之外,此次活动还引入了广受赞誉的玛莎拉蒂大师驾驶课程(Master Maserati)的理念,来自方程式和拉力比赛的多位教官强强联手进行全程指导,帮助来宾学习如何进行高性能驾驶以及发挥玛莎拉蒂汽车性能的各种技巧,为每位来宾打造充满激情的驾驭乐趣。如果说崇尚浪漫精致是意式生活的精髓,那么运动精神则是渗透在玛莎拉蒂生命中与生俱来的情怀和亘古不变的基因。这一基因始于1926年Alfieri Maserati驾驶Tipo 26夺得Targa Florio的同级别赛车冠军,玛莎拉蒂极富传奇色彩的赛车历史就此开启。近百年来,玛莎拉蒂不断以各种方式演绎并延续着这一脉相承的家族历史。赛道造就了玛莎拉蒂的灵魂,玛莎拉蒂也以传世经典的作品赋予了赛车运动新的生命与定义,成就了它在汽车历史中的百年辉煌。

(许波 刘君)



玛莎拉蒂三叉戟-3

能担重任,公益救援急先锋

“4·20”雅安地震造成了当地大面积的建筑物垮塌、人员伤亡。更为严峻的是,在救援初期,地震使得通往灾区的道路被阻塞,通讯暂时中断,而暴雨、大风等难以预测的天气状况又给援助人员和物资进入灾区增加了难度。灾区救援,时间就是生命。猎豹汽车第一时间启动“猎豹专业全能救援计划”,投入猎豹黑金刚SUV与猎豹CT5皮卡两款明星产品,积极开展有序有组织的救援行动,极大地促进了救援工作的顺利开展。

猎豹CT5不仅具备对恶劣路况的高度适应能力,更具备超大容量的装载能力。在雅安山区颠簸、道路崎岖及受损等复杂路况中,猎豹CT5表现出应对各种路况的全面通过性,成为灾区救援中高效强劲的运输力量。不仅如此,猎豹汽车超大尺寸的车身设计更是其一大优势,大容量的装载能力能在短时间内尽量多地满足灾区对救援物资的需求。此外,猎豹CT5卓越的稳定性能为救援人员和物资的安全到达提供了保障。

在“猎豹汽车·中国水安全基金雅安专项支援行动”中,猎豹CT5凭其全面满足运输要求的产品优势,成为“雅安水安全工作组”的保驾护航者,为工作组解决了交通和物资保障的实际问题,连通物资输送的生命线。而且,猎豹CT5根据行业专用需求进行改装定制,将专业皮卡和移动净水设备结合在一起,组合成高效的移动净水设备,让灾区救援用上了放心水。

“很庆幸有猎豹CT5这样一款非常实用的车辆,加入到与NGO合作的多项雅安公益支援项目中,用它澎湃的动力性能,优越的越野底盘与全能的运输装载等品质,提升了灾区救援运输工作的效率。”中国社会福利公益基金会副理事长、芒果V基金管委会主任凌红江对猎豹CT5在雅安支援中的表现予以高度评价。而作为国内专业SUV和皮卡制造商,猎豹汽车也因在雅安支援中的出色表现获得地方政府的信赖。

举重若轻 履险如夷

猎豹CT5专业全能驰援雅安获赞誉



“4·20”雅安地震发生后,同胞的安危、灾区的救援牵动着无数人的心。猎豹汽车第一时间行动起来,与国内多家知名NGO开展合作,合力搭建起“猎豹专业全能爱心联盟”,为灾区同胞送去物质和精神上的双重

帮助。在猎豹汽车参与雅安地震的应急救援行动中,猎豹CT5与猎豹黑金刚共同作为灾区救援主力车型,在恶劣的路况和天气中,把受灾人员和救灾物资安全地送达目的地,极大地提高了救援效率,广受各界赞誉。