



●领导为获奖经销商颁奖现场

# 磨砺十年再亮剑 500 全系战市场 上汽红岩商务年会志在2017提速发展

■ 本报记者 王建蓉

2016年12月17日,以“磨砺十年,诚赢未来”为主题的上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”)2017年营销商务年会,在成都金牛宾馆隆重举行,来自上汽红岩股东方领导、全国各地的经销商、服务商、改装厂及嘉宾代表、媒体记者等800余人出席了本次年度盛会。

近两年来,宏观经济明显走低,企业普遍困难,尤其是制造业受制于产能过剩等因素,正处于艰难发展的历史低位,上汽红岩在这“非常时期”并刚刚经历了股权重组之后的首届年会,同时也是上汽红岩新一届经营领导班子正式亮相,自然有着不同一般的意义,也引起了业界及社会的关注。

## 股权组织架构调整 激活队伍活力

上汽依维柯红岩成立于2007年6月15日,原股东为上汽集团和依维柯商用车股份有限公司50:50合资成立的上汽依维柯商用车投资有限公司(以下简称“上依投”)和重庆机电控股(集团)公司(以下简称“重庆机电”),分别持有上依红67%和33%的股权。据悉,此次股权调整是三方股东根据中国商用车市场情况及企业发展规划,经过友好协商作出的主动改变,上汽集团通过增资方式扩大股权。股权转让完成后,上依投持有上依红12.08%的股权;重庆机电持有上依红34%的股权;上汽集团直接持有上依红53.92%的股权,间接持有6.04%的股权,直接加间接持有上依红59.96%的股权,成为上依红控股股东。

股权重组后,上汽红岩经营领导班子也进行了必要调整,由楼建平任公司总经理,施轶才任公司常务副总经理,谈盛任公司副总经理等。

上汽集团、重庆机电和依维柯基于三方的长期合作和相互信任,积极沟通和优化在商用车市场的发展战略,以前瞻性思维引领变革。随着重卡市场的竞争日趋激烈,为积极应对市场竞争,谋求企业长远发展,股东方一致认为,为了促进合资公司上依红可持续健康发展,必须形成快速响应的市场运营机制,发挥好技术领先优势。通过这些调整,将进一步强化、理顺企业内部管理,提升运行和决策效率,利用好股东资源优势,把握市场发展机遇,持续引进依维柯先进技术,更好地发挥好合资公司在产品研发、技术储备、整车匹配、质量控制等方面的领先优势。

据悉,上汽集团成为上汽红岩控股方,是上汽集团“十三五”商用车整体战略规划和部署的直接体现,将推动上汽集团“十三五”发展规划完善商用车产品线,促进资源整合,推动2020年商用车业务目标的实现。

依维柯表示,将和上汽集团、重庆机电保持一如既往的紧密合作关系,积极优化发展战略,充分发挥各自的优势,共同助力上依红开展业务,实现对中国市场和消费者的承诺。



●上汽集团副总裁、上汽红岩董事长蓝青松亲临上汽红岩2017年营销商务年会并作重要演讲



●上汽红岩第四任总经理楼建平在营销年会上对上汽红岩2017年市场环境及战略部署做全面细致的阐述



●在商务年会上,将七位大区的冠军选手也邀请到了年会现场,成为商务年会的另一大看点——“全国冠军精英汇”



●500全系产品发布现场



●在此发布会上,上汽红岩隆重发布了其全新升级的500系列产品,其车型矩阵覆盖了牵引车、载货车、自卸车、专用车等,排放均达到国五以上,彰显了其强大的技术研发能力和快速响应市场能力

上汽集团副总裁、上汽红岩董事长蓝青松亲临上汽红岩2017年营销商务年会并作重要演讲。蓝总坦言,上汽红岩合资这十年的确取得了一些成就,但是真的勇士要敢于直面残酷的人生,过去十年上汽红岩并没有很好地把产品技术优势转变为市场优势,使得竞争对手在西南地区蚕食市场,上汽红岩市场份额逐年下降。目前国内重工业化和城镇化发展迅速,重卡市场未来三到五年将会有结构性的变化,所以在智能互联科技时代,上汽红岩应以“大通速度”来赶超竞争对手。

## 扬长补短主动出击 激活市场活力

作为刚刚走马上任的上汽红岩第四任总经理,楼建平在营销年会上的讲话中,总结了上汽红岩2016年的发展之路,并对2017年市场环境及战略部署做了全面细致的阐述。他言简意赅,直击痛点,讲话令人振奋。他说,我国重卡行业是典型的“红海”市场,竞争异常残酷激烈。作为合资以来的第四任总经理,好比体育接力比赛的第四棒,负有冲刺责任,倍感压力巨大,如履薄冰。他对上汽红岩的发展满怀信心,充满期待,他从红岩建厂50多年的历史传承、十年合资的磨砺、技术产品优势、国家产业政

策以及将采取的运营策略措施等综合分析,说明上汽红岩具备了战胜困难、赢取市场的强大能力。

楼总表示,将带领上汽红岩人深入进行三大建设:体系建设、队伍建设和根据地建设,实现产品、行业、区域和客户的四大突破;产品突破、行业突破、区域突破、客户突破的目标。他说,尽管上汽红岩在2016年表现不俗,实现了年销售额173%的增长,但他仍为上汽红岩在2017年的发展设立了更高的目标:行业排名上升一位、销售整车2.8万辆、市场占有率达到3.7%;打造属于上汽红岩的“五大能力”:产品能力、营销能力、管控能力、体系能力和团队能力。

据上汽依维柯红岩商用车有限公司常务副总经理、营销公司总经理施轶才介绍,2016年,上汽依维柯红岩全年销售重卡15517辆,同比上升78%;市场占有率达2.1%,同比增加0.5个百分点,同比上升两位。其中自卸车销售8300辆,同比上升140%,其中南昌、武汉、长沙、上海城建渣土车增长较大。江苏、山西、河南和四川等区域牵引车增幅与占有率实现了双增长。

## 以用户为导向 激活产品活力

在这次商务年会上,上汽红岩隆重发

布了其全新升级的500系列产品,其车型矩阵覆盖了牵引车、载货车、自卸车、专用车等,排放均达到国五以上,彰显了其强大的技术研发能力和快速响应市场能力。

上汽红岩发布500全系产品,是在保持原有的100系列产品优势基础上,结合中国道路运输实际和法律、法规的严苛要求,与时俱进,全新研发的新一代重卡产品。500全系产品从安全、经济、可靠、动力、舒适性等方面,进行了全方位的升级,这是上汽红岩历时三年,以提升车辆整体运营价值为着眼点,呈献给用户的诚意之作。同时,全系产品发动机排量从7L、9L、10L、11L、12L、13L进行了全覆盖,马力段从260到560马力,产品线更丰富,用户选择更广泛,市场适应能力更强,成为行业动力匹配最全的重卡产品。

这次年会,基于500平台的系列车型全面发布,既涵盖了传统的系列车型,更涵盖了目前公路车市场增长较快、细分市场突出,可圈可点的冷藏车、双飞翼物料车、快递物流车以及行业领先的中置轴轿运车、轻量化导向明显的杰卡6x4牵引车等等。

随着新的交通法规限超严令,轻量化、低排放、高效率、低成本等已成为用户更为关注的购车决策点。上汽红岩500系列产品,正是积极回应这一趋势,用与时俱进的

眼光针对性地进行研发的结晶,不仅倡导在安全基础上的轻量化、更倡导符合欧洲标准的发动机绿色排放和基于用户使用价值的车辆全生命周期TCO。从而为用户算细账,走共赢之路,充分体现了上汽红岩深耕细分市场、全面提升销量的决心。

2016年上汽红岩在品牌建设方面也加大了力度,从9月至11月,开展了以“杰出英雄狮子争霸”为主题的2016“上汽红岩杯”卡车司机精英挑战赛。本次商务年会上,将七位大区的冠军选手也邀请到了现场,成为商务年会的另一大看点——“全国冠军精英汇”。七位冠军将自己作为“上汽红岩人”的一分子,都感受到这个大家庭带来的温暖。作为“金牌卡车司机”,他们也接受了属于他们的荣誉。

看来今年的商务年会活动更加贴近目标市场,令许多用户能够在新车发布后及时体验和感受到红岩品质,将大大提振重点销售区域的市场表现。

在2017年即将迎来上汽红岩合资十周年的里程碑时刻,上汽红岩面对中国重卡“红海”市场从容亮剑,志在必得,千锤百炼的多元化优质产品,定将积极回报用户的青睐,与用户朋友、合作伙伴共同赢取事业的全新未来。

2017年,必定是上汽红岩又一个飞速发展之年。

