

曾有业内专家评价说:读懂观致,并不是一件容易的事。但试问观致,你认清自己了么?

瑞“土芯”披“洋皮”就想当土豪?

冷眼拷问观致汽车发展模式之一

披着“洋皮”的土豪

一位经常参加观致发布会的记者曾发出如下感慨:“明明是创自中国、产自中国的品牌,却由一群老外在台前主秀,开发布会或接受采访时还得用同声传译,在所有国产品牌中,观致的‘洋皮’无疑是最厚的。”

确实,翻开观致汽车的团队履历,称之为汽车界的外援“梦之队”也许并不为过:副董事长石清仁曾是北美大众执行副总裁及德国大众高层,设计总监何歌特曾是宝马MINI的设计总监,汽车总部设计总监毛杰是瑞典萨博公司整车集成总工程师,市场及销售执行总监卫思梵来自麦肯锡,汽车工程部执行总监施可来自宝马,产品管理与策略总监白柯南来自沃尔沃。此外,观致还自称拥有来自超过23个不同国家的专家外援团队。

在华其他合资车企,除了输入洋团队外,还输入跨国品牌、核心技术和运营。观致汽车虽然一身“洋皮”——洋资本和洋团队,但却是地地道道的“中国心”,它的核心动力总成出自奇瑞,发动机则完全产自奇瑞芜湖工厂。

有位长期关注观致的业内人士曾这样评价:“理论上讲,如果不计成本,任何厂家都能复制出另一个观致。”他进一步比方道,“如果吉利

也重金请上一批外援,帝豪也能具有观致范儿。”诚如所言,观致和帝豪,本质上并无两异,都是奇瑞和吉利多品牌战略的分支,区别的只是有无“洋皮”和“洋皮”的厚薄。

技术“拼盘”无宗无源

成立于2011年11月28日的观致汽车,系由中国自主品牌汽车奇瑞与以色列量子公司联合组建的独立合资汽车企业,初始注册资本为34亿美元。该品牌的研发中心在上海,生产基地在苏州常熟。在中国这个最讲“出身门第”的土地上,在汽车这个最讲“血统传承”的行业里,观致汽车的出身其实颇属“另类”。

大股东之一的以色列集团是一家总部设于以色列特拉维夫的全球产业控股公司,也是以色列最大的私人公司之一,以长期投资化学品、能源、汽车、航运产业等基础工业与自然资源方面为主。就造车经验而言,相比大众、通用、丰田等跨国车企,以色列集团可谓完全是个“新兵蛋子”。

由此可见,观致的造车技术若要溯源,更多地应该是来自奇瑞。至于洋团队的技术输入,充其量只能



说是输入了一个“洋拼盘”。从这个层面来说,观致自我标榜的“技术看齐世界一流”,其底气和兼容性均要远逊于跨国车企,其累积周期甚至也远不如上汽、一汽等国内大企业集团。

但令人不解的是,实无太多技术溯源的观致,在以“土芯”披上“洋皮”之后,完全不屑于与自主品牌为伍,闭口不谈自己的出身,而是希望消费者把自己当作是德系车中的优等生。在观致3试驾说明会上,白柯南就曾公开把观致的发动机列入“较好”,而把荣威550、朗逸、速腾、英朗GT等列入“较差”。

成也外援 败也外援?

观致汽车董事长郭谦曾说:“观致最核心的财富就是人才团队。”诚然,石清仁、何歌特、毛杰、施可都曾是汽车界响当当的人物,但他们和许许多多的观致员工一样,都有一个共同的出处,那就是“跳槽而至”。

众所周知,跳槽者之所以选择跳槽,无外乎三大理由:或前份工作不如意,或为高薪所动,或为追逐更灿烂的职业前景。

但由跳槽者们组成的公司,大都有个通病,那就是人才流失率偏高。要知道,品牌成立至今,观致内

部的人事变动是从没有停歇过,市场、公关等核心部门的人事,从初期到现在,都已经轮换了三四次。

去年广州车展时曾有媒体提问道:“为何公司负责市场与营销的副总总是个老外,而不是更接地气的中国人?”观致高层如是回答道:“卫思梵是观致找到的最好人选”,我深不以为然。那么高的年薪,挖刘智丰和杨嵩比较难,挖个准一流的肯定不难吧?我觉得一流人才不来的最直观原因是:看不清观致汽车的未来。”

内外援众多但缺乏一流人才,对公司成立初期来说,或许影响不能马上显现,但长期看,对观致却可能是最致命的缺陷。

观致汽车副董事长石清仁曾经坦言,目前最大的压力来自于投资方,预计2015年晚些时候,观致能够收支平衡,但是到时候要看整个汽车市场。

但若到时候,观致的发展不如预期,投资方重新审视原先的财务策略,那么令准一流人才曾经动心的高薪和美好前景也许就会变得摇摇欲坠,届时由众多跳槽者组成主力军的观致,难免会军心涣散,甚至引发人事巨震。 罗裕



北京现代产销量破百万

北京现代年销售100万辆/累计销售500万辆庆典暨品牌战略发布会日前在京盛大举行。同时,北京现代还正式发布了其全新品牌战略“从现代到未来”,为新十年“现代品牌”提升之路拉开了新的序幕。

在实现累计产销500万辆的同时,北京现代也圆满达成年产销百万辆的目标,成为继上海大众和一汽大众之后,第三个单一品牌产销破百万的汽车企业,同时也是最快实现这一目标的汽车企业——从投产到年产销破百万辆,北京现代仅用了11年。

随着产销量突破双百万,北京现代的品牌战略也再度提速。北京现代阶段性的品牌战略方向——“从现代到未来”,将成为北京现代未来2-3年的品牌发展方向,依据此规划,北京现代将从产品规划、品牌营销和运营服务等方面,全面完善品牌经营,进一步提升品牌力。

2013年,作为新十年的开局之年和品牌元年,北京现代在品牌提升方面已经取得了突破性进展。今年1-11月,体现北京现代品牌力最直观的数据D+S车型比例,已达到40%,同比增长9.1%。随着名图的加入,北京现代D+S车型已由原来的第八代索纳塔、全新胜达、ix35、新途胜四款车型增加至五款。到2015年,北京现代D+S比例将达到50%。

至今年年底,北京现代4S店数量已达到700家(不含150家卫星店),按照新的品牌发展规划,北京现代将进一步扩大三、四线城市的经销商网络覆盖,推进全球统一的GDSI标准特约店的建设。 刘朝晖

长安铃木锋驭低价入市搅局

长安铃木首款城市SUV锋驭近日在昆明正式上市,三个级别五款车型售价区间为10.98万-15.48万元。它是长安铃木目前科技含量最高、制造工艺最精良的旗舰车型,有着“超低油耗、超高配置、超大天窗”三大核心竞争优势。

锋驭全系标配多功能方向盘,集换挡拨片、定速巡航、车载蓝牙免提系统、音频控制等于一身,铃木最新研发的G-INNOTEC 1.6L全铝VVT高效能发动机最大功率达

90kW,峰值扭矩为158Nm,分别匹配5速手动和带7速运动模式的CVT无级变速器。工信部数据显示,锋驭百公里综合油耗最低仅为5.6L。 锋驭还拥有同级唯一可开启全景电动天窗、同级唯一ALLGRIP智

能全时四驱系统、同级唯一配有智能发动机启停系统、同级唯一标配ESP+HHC+6气囊等在内的“四大同级唯一”领衔豪华配置阵容。 姚琼



2013年年底哪款新车上市最接地气和人气?广汽丰田致炫当之无愧。广汽丰田于2013年平安夜在上海浦东世纪大道环球金融中心二楼中庭,举办了一场精彩纷呈的致炫上市发布会,与数百名致炫意向客户以及现场观众一起度过了一个高潮迭起的平安

夜。致炫拥有炫酷外观、跨级空间、超强动力、低油耗,能确保年轻人各种用车需求,其价格仅为6.98万-10.88万元。当天下午,致炫向现场观众免费开放茶歇,并设置了体感游戏机、夹娃娃机大比拼的游戏环节,吸引了大批消费者的驻足观看和热情参与。

BMW历史品鉴会上海启幕

“BMW历史品鉴会”年前在上海BMW品牌体验中心举行。这次活动共同分享了宝马近一个世纪以来的发展历史中的经典时刻,呈现宝马背后深藏的经典人物、优秀创意和卓越车型的传奇故事,共同追忆宝马的辉煌历史、悠久文化和经典车型。

纵观宝马近一个世纪的发展历程,自宝马的蓝白相间图形为标志的品牌从诞生之日起,宝马即在短时间内将许多汽车制造史上的杰作推向市场,无论是第一款装备6缸发动机和采用双肾造型格栅的BMW 303,第一辆“让宝马扬名世界”的车型BMW 328,还是代表BMW涡轮增压技术先锋的BMW 2002 TURBO等其他车型,都成为了收藏家眼中的挚爱。 姚琼

广本奥德赛展多元魅力

在日前开展的“上海第十五届创业项目投资暨连锁加盟展览会”上,广汽本田展出了旗下大七座多功能轿车奥德赛。展会现场设置了三大板块的服务区域:“商情加油站、亲情加油站以及友情加油站”,为众多参展的嘉宾提供便利的商务服务,以及精美的礼品。

奥德赛运动版特别加装车身侧饰条以及动感包围,配合激情洋溢的17寸超大轮毂更显动感。虽然是一款MPV车型,奥德赛却具备着很多性能轿车的元素,以人性化设计充分保证全三排座乘员的乘坐舒适性和空间舒展感,减少旅行中的疲劳感。



全新玛莎拉蒂 Ghibli 登陆上海

玛莎拉蒂携首款中型四门运动豪华轿车 Ghibli 年前在上海举行了新车上市会。全新玛莎拉蒂 Ghibli 与旗舰车型 Quattroporte 总裁轿车相比,更短小、更轻盈、更动感、且更经济。它将感性的意大

利设计、极致的动感驾驶乐趣和无与伦比的日常舒适驾乘体验融于一身。 Ghibli 在中国市场可提供三种车型:Ghibli、Ghibli S 和 Ghibli S Q4。所有车型均配备8速自动变速箱。Ghibli

车型的卓越性能不仅来自于双涡轮增压3.0升V6汽油发动机为其提供的强大动力,而且还向客户同时提供了后轮驱动和全轮驱动两种模式。其中,Ghibli S Q4拥有301kW的最大功率,0-100km/h加速时间仅为4.8秒,最高车速可达284km/h。