

奇瑞后五百万辆时代何去何从

12月18日,奇瑞艾瑞泽5下线,奇瑞于是成为了第一个乘用车产量突破500万辆的中国品牌企业。从0到500万辆,奇瑞一路走来充满艰辛与感慨。

难怪当奇瑞董事长兼总经理尹同跃上台发言时眼含泪花,感慨万分。他说,“今天,是奇瑞的第二个原点,从500万为起点再出发,打造具有全球竞争力的汽车品牌。”

当年,尹同跃毅然放弃了效力12年的一汽,回到了家乡安徽加盟奇瑞。尹同跃曾这样回答放弃一汽加盟奇瑞的根本原因,“在一汽-大众干得再好,说到底还是给洋人打工,而自己干,干得再好也是长中国人的志气。”

从某种程度上说,奇瑞以及尹同跃的探索就是中国汽车行业以及自主品牌从无到有的探索。

时光回溯到1999年12月18日,奇瑞轿车的诞生打破了风靡中国“老三样(桑塔纳、捷达、富康)”的市场垄断,促使车市价格下降,加快了轿车进入中国家庭的步伐,圆了无数中国人的“汽车梦”,打破了合资品牌一统中国汽车市场的局面。

接下来的12年,奇瑞稳居中国品牌销量第一。而在海外市场,奇瑞率先走出国门,截至2015年底,奇瑞汽车累计出口量120万辆,出口量连续13年位居全国第一位。目前,奇瑞产品已经走进全球80余个国家和地区市场,在海外建立了14个生产基地,1100余家经销网点和900余家特约售后服务站,覆盖亚、欧、非、南美和澳大利亚等五大汽车市场。可以说,奇瑞是中国汽车走向世界的“排头兵”。

但在一路高歌猛进之后,奇瑞成长的烦恼也开始显现。随着合资品牌产品的不断下探,尤其是其它中国品牌的大量进入,奇瑞的价格优势不复存在,导致奇瑞面临产品、质量和品牌向上等多重困扰。在“多生孩子打群架”的指导思想下,奇瑞汽车一度拥有奇瑞、开瑞、瑞麒、威麟四大品牌,而在奇瑞品牌下又形成QQ、A系、瑞虎、风云、旗云五大子品牌。最终,奇瑞不得不品尝多品牌战略失败的苦果。奇瑞走过的弯路还不止这些,比如从分网到并网、观致前期投入巨大导致亏损、奇瑞捷豹路虎头炮未能打响、人事调整等等。特别是近三年来,长城、长安以及吉利快速崛起,让奇瑞这面曾经的自主品牌车企旗帜之江湖地位岌岌可危。

奇瑞会就此倒下么?其实不然。因为尹同跃对汽车梦想还在,他中军帐下如今猛将如云,陈安宁、孙晓东等一群汽车人仍在坚守。奇瑞的战略调整,如今都在一条正确的轨道上。例如,按照国际标准产品研发体系和流程建立起“V字形”正向开发体系,产品开发实现了从市场到市场的闭环。再如,坚持将每年营业收入5%-10%投入研发,形成了从传统汽车到新能源汽车,从整车到发动机、变速箱、关键材料、关键装备等核心技术,从设计、开发到试制、试验的比较完整的自主创新能力,成为国内第一个获得“国家科技进步一等奖”的汽车企业。截至2015年上半年,累计申请专利10165件,累计获得授权专利7308件,位居中国品牌汽车企业第一位。

对产品、对品质、对研发、对人才的重视,让奇瑞有了再度崛起的资本。规划得当也明显带动了奇瑞新车销量的增长,据统计,今年1-11月,奇瑞系汽车销售47.5万辆,同比增长12.5%,而奇瑞的消费者满意度也明显提升。

据高层透露,奇瑞在未来五年将形成全新三大产品平台,开发10款全新产品。力争到2020年新能源汽车产销规模达20万辆。第二代缸内直喷涡轮增压发动机1.2TGDI和1.6TGDI以及6DCT与第二代CVT自动变速器将陆续搭载上市。

两大合资项目观致和奇瑞捷豹路虎也逐步走出初生时的困惑,具备主流市场竞争力的战略车型正在不断补足。假以时日,观致应该会摘掉亏损的帽子,并会成为具有独特品牌魅力的自主品牌车代表;而奇瑞捷豹路虎的销量和品牌冲击力绝对可以和任何国产豪华品牌抗衡。预期在2-3年后,这两大合资项目都将对“大奇瑞”的发展战略形成最有力的支撑。

回首从0到500万辆,奇瑞有过荣耀,有过彷徨。但不变的是尹同跃对汽车的那份热爱与雄心,“干不成,跳长江”的那份执着。有了老尹的自信,奇瑞人的坚持,笔者认为,只要给它一些时间,奇瑞仍将会再度崛起,谱写老兵新传。

罗裕



12月12日,smart times 2015 驾临广州,全国1000多位smart车主与粉丝欢聚一堂,以趣味嘉年华和200辆smart全城大巡游的形式,点燃冬日羊城激情,让人们在趣味十足的互动体验中充分感受到smart积极乐观、勇于探索的精神。

作为此次盛会最闪亮的明星,全新smart fortwo自今年7月正式上市以来,受到中国市场的高度认可,并赢得了德国2015 iF设计大奖和“红点奖”。全方位进化的全新smart fortwo保持了2.69米的经典车身长度,并开创了全球最小转弯直径记录——6.95米,搭载的三缸自然吸气发动机充分满足城市出行需求。此外,smart cross connect 互联应用提供定位、导航、数据搜寻、分享等多种便捷服务。

姚琼

奇瑞迎来第500万辆下线 将推出三大平台十款新车

12月18日,伴随着一辆“艾瑞泽5”驶下生产线,奇瑞汽车迎来第500万辆汽车下线。它成为中国第一个乘用车产量突破500万辆的自主品牌汽车企业。庆典活动上,奇瑞汽车董事长兼总经理尹同跃表示,奇瑞将全面进入2.0时代,并推出三大全新平台,陆续推出十款全新产品,力争到2020年产销规模达20万辆。

今年1-11月,奇瑞品牌汽车销售47.5万辆,同比增长12.5%。目前,艾瑞泽和瑞虎两大系列产品的销量已占到奇瑞总销量的70%以上,奇瑞单车平均价格从5.6万元上升到8.4万元以上;新能源产品累计销量11355辆,同比增长59.7%,第一款插电式混合动力车型艾瑞泽7PHEV将于2016年4月份上市。合资项目方面,观致汽车销售12246辆,同比增长107.6%;奇瑞捷豹路虎销售20957辆,发展势头良好。

尹同跃还表示,奇瑞将以500万为起点再出发,打造成具有全球竞争力的汽车品牌,在战略转型第二阶段,结合“中国制造2025”规划,依托“技术2.0”、“品质2.0”、“国际化2.0”三大升级,实现消费者体验的升级,为下一个500万辆用户造车。

其中,“技术2.0”即以推动开放

型高科技平台iAuto核心技术平台的不断进化,实现Cherisma智衡整车精益体系,iPower智效动力总成系统、Cloudrive智云娱乐行车系统的全面升级。目前奇瑞规划了未来高效动力系统技术,1.2TGDI、1.6TGDI发动机将陆续全面上市,DCT和六速MT也开始搭载上市;“品质2.0”即随着奇瑞的正向研发体系逐步完善,奇瑞整车集成和匹配调校技术将逐步成熟和提升。目前以艾瑞泽5为代表的四款战略产品将陆

续上市,艾瑞泽5将推出自己的“蓝驱”版车型,搭载ISS智能启停系统、AMS电源管理系统、换挡提醒等技术;“国际化2.0”即在海外市场实现从“走进”到“走上”,着重打造品牌形象,走出一条由技术输出到品牌输出的道路。目前奇瑞产品已经覆盖全球80余个国家和地区市场,累计出口销量超过120万辆,在海外建立了14个生产基地,同时在海外建立了1100余家经销网点和900余家特约售后服务站。



综合实力出众 全新速派赢好评

在中高级车市中,今年10月上市的斯柯达全新速派无疑是本年度最受关注的新车之一。短短两个月的时间里,全新速派已经获得不少拥趸,其年轻时尚的外观、宽敞实用的空间和高效强劲的动力性能受到了首批用户的好评。

全新斯柯达速派以欧洲经典的

立体主义美学为设计灵感,广泛应用斯柯达最新概念车Vision C的设计语言,整车造型时尚优雅,高颜值广受认可。80后车主黄先生家住上海,上礼拜刚买了一辆全新速派TSI280前行版:“第一天开回家时,好多邻居过来围观,都说漂亮,可把我乐坏了。我觉得我的速派是全小

区最漂亮的车。斯柯达品牌的车型向来具有空间优势,全新速派将这一品质发挥得淋漓尽致,其车身尺寸和达2841mm的轴距,在同级中处于领先水平。其载物能力同样出色,行李厢容积达570升,放倒后排座椅后可拓展至1680升,掀背式开启的尾门设计则进一步提高了行李厢的空间利用率,而电动尾门的引入更提升了使用的便捷度,备受用户青睐。

优越的动力性能是B级车消费者的重要需求。全新斯柯达速派搭载了新一代EA系列发动机,提供TSI280、TSI330和TSI380三种选择,动力参数均有提升,再加上高性能7速DSG双离合变速箱和5速手动变速箱,带来动力澎湃、操控精准的驾驶享受。



大众多款车车型保值率高

车型长期价值趋势已成为影响消费者购买新车、推动二手车市场发展及汽车租赁业务的重要因素。近日,中国汽车行业权威机构——中国汽车保值率研究委员会正式发布《2015年中国乘用车保值率报告》。大众汽车集团旗下大众汽车品牌、奥迪品牌和保时捷品牌的多款车型表现优异,荣登各级别榜单前列。

在这份保值率榜单中,上汽大

众途观车型位居紧凑型SUV一到五年保值率排行榜之首;一汽-大众高尔夫车型和迈腾车型分别摘得紧凑型车和中型车保值率排行榜桂冠;大众进口汽车Tiguan在进口紧凑型SUV级别表现出众,在一到五年内的保值率排名中均位列首位;保时捷品牌Cayenne车型位列进口豪华SUV车型一到五年内保值率排名榜首;上汽大众途安车型荣登国产MPV保值率

排行榜亚军;一汽-大众大众品牌CC车型和奥迪品牌Q5、A6L车型分别位居细分级别车型保值率排行榜亚军;豪华轿车经典之作辉腾稳居一到五年保值率排行榜前三名;在进口车型中,Golf旅行轿车、迈腾旅行轿车和奥迪A4 allroad quattro轿车在该级别车型保值率榜单中表现抢眼,分别将冠亚军收入囊中。此外还有多款集团旗下车型跻身榜单前列,展现出大众汽车集团整体产品实力与出众的价格稳定性。

上汽乘用车连获“中国杰出雇主”

近日,知名独立第三方调研机构杰出雇主调研机构授予58家企业“中国杰出雇主”2016年度认证。其中,上汽集团乘用车公司连续四年获此荣誉,这不仅是对上汽乘用车的认可,更是对其企业文化、企业管理和用人制度,乃至企业综合竞争力的肯定。

作为全球极具权威性和影响力的人力资源管理调研机构,“杰出雇主”在公正研究与独特视角的基础上,从人才策略、学习与发展、绩效管理、薪酬与福利等9个维度对企业进行严苛考核。上汽乘用车凭借在人才队伍培养与管理体系建设上的出色表现,从众多候选名单中脱

颖而出,四度荣登杰出雇主榜单。一直以来,上汽乘用车通过创新各种渠道实现人力资源的开发与引进,建立起一支高素质、高水平的人力资源梯队,并通过对人才的规划、培训、发展三步骤,提升人才队伍的整体能力素质。上汽乘用车还实行一系列兼顾时效性、长期性和连续性的激励措施,实现企业与员工的共同发展。