

## 直面竞争 赢得竞争

——专访上海通用汽车高层

上海通用新的企业战略是卓越“精”营，创领未来，这个“精”为什么不是经营的经？上海通用是全能冠军，但单一品牌的销量排名何以并不靠前？

中国的发展是长期高速增长，从上海通用来讲，也是这样的，汽车行业也是这样，肯定是跟随整个国家宏观经济发展。如果我们单靠拼量，这不是一个非常成熟的公司。因为中国市场基本上是世界上最大的，包括钢材、水泥这样的原材料制造业等等都是，大而不强。目前从上海通用来讲，也是想契合中国整个经济的发展，想在这个过程中做一些工作。虽然上海通用是合资企业，但首先是立足中国的企业，对于整个国家的工业的发展，上海通用当然有贵无旁贷的责任。

我们希望上海通用未来是一个强大的公司，一个伟大的公司，做伟大的公司首先必须要强，而不是大。我们现在讲卓越精营，是希望从精铸品牌、精炼品质、精益体系、精研科技、精塑文化等五个方面，在未来的发展当中更多地关注上海通用的质的提升，而不仅仅是量的变化。当然了，量我们也是追求的，但是更关注的是质的提升。上海通用未来的发展，我们把质的发展放到更高的高度，朝着更精细化的方向发展，在发展规模的同时更要更优秀、更健康。

别克和欧宝产品联合研发的情况能否介绍一下？

上海通用汽车的别克和欧宝的合作从2004年、2005年就开始了。现在我们的英朗XT也在欧洲发售。如果别克可以满足消费者的需求，那么这个市场别克就是可以做的。大家可以看到，过去这么多年，别克和欧宝品牌在中国的市场上没有任何的冲突，一直合作得很好，从来没有负面的东西。所以我和欧宝合作应该是水到渠成。实际上今后别克和欧宝两个品牌在全球的合作应该做得更好，中国消费者的声音可以更好地反映到未来产品的开发当中。从整个资源的安排来说，欧宝更多地可以关注欧洲的消费群体，别克品牌可以把更多的精力投入中国市场，通过股东方的协调合作，把这个事情做得更好，这是一个非常好的安排。

现在有一款车影响特别大，就是特斯拉，对这个现象你们如何看待的，有没有可以借鉴的东西？

特斯拉是正好区分人群的一个产品，满足了一些有钱人的消费群体。特斯拉首先是在商业模式上进行了创新，没有做出技术上的创新。特斯拉的成功是商业模式的成功，但是作为汽车行业来讲，我们也在用互联网思维考虑我们的传统产业，这是我们要做的。当然了，现在的产品市场不一样，每个品牌定位都不一样，大家都在找自己的用户，这也是我们为什么讲卓越精营。特斯拉的成功也是汽车行业的一面镜子，让我们也照照自己，我们还有哪些做的不好。

企业的规模达到多少算优秀？产能现在有一些限制，是不是意味着以后更关注产品的净收益，甚至今年不会再争已经多年的销售冠军？

我们一直强调企业要强大，强很重要。所以规模发展上，要根据我们整个产品系列的发展，我们的规模发展还是要做的，我们要做强是肯定的。第二个，我们三个品牌还是要有一个平衡发展的过程，雪佛兰来得晚一点，就让它快速成长。雪佛兰和别克这两个品牌是上海通用非常重要的品牌，是未来目标百万级的两个品牌。从上海通用来说，规模跟经营的质和量都要平衡发展好。

其实不管短跑冠军还是马拉松冠军，全能还是单项冠军，冠军就是第一。所以我们要追求销售第一，一定要直面竞争，同时要赢得竞争，这是销售和品牌必须兼顾的策略，所以不矛盾。企业有发展的节奏，这是一个理性的企业比较好的运营的价值观。一定要有直面竞争和赢得竞争的勇气，关键是我们始终要具备这种能力，但是我们更注重整个上海通用的质的提升。

张云



全新科鲁兹全球首发 小型SUV创酷和全新CTS中国首发上市

# 上海通用强势阵容创领未来

上海通用以“卓越精营创领未来”为主题，携旗下凯迪拉克、别克和雪佛兰三大品牌29款展车组成强势阵容参加2014北京车展，其中包括全球首发的雪佛兰全新一代科鲁兹，以及中国首发上市并公布价格的雪佛兰新生代城市SUV创酷和凯迪拉克全新一代CTS。

雪佛兰全新一代科鲁兹是由通用汽车欧洲研发团队主导开发的全新产品，其造型设计针对新生代年轻人的需求趋势，是雪佛兰最新设计语言的首次体现。全新一代科鲁兹在包括动力总成、燃油经济性、车身轻量化、底盘操控和智能科技等方面都达到了同级的最高标准，将率先搭载通用汽车和上汽集团合作开发的最新一代Ecotec小排量动力总成技术，包括1.4L中置直喷涡轮增压发动机和1.5L中置直喷自然吸气发动机，分别配以合作开发的全新DCG7速双离合变速器、欧洲团队

研发的全新6速手动变速箱，以及第三代S6六速手自一体变速箱，燃油经济性预计将比上一代车系有14%-21%的提升。

由新生代优质偶像柯震东与郭采洁代言的雪佛兰TRAX创酷，此次上市四款车型，售价为11.99万-15.99万元。这辆小型城市SUV传承了美式SUV的纯正血统，外观硬朗动感，还第一次加入了变形金刚设计元素。其搭载1.4L涡轮增压发动机，配合全新一代6速手自一体和6速手动变速箱，还有四驱系统和一系列先进安全技术，以及最新的雪佛兰MyLink智能车载互联系统。

今夏将出现在好莱坞巨制《变形金刚4》中的三款雪佛兰车型——科尔维特Stingray、科迈罗TF4概念车和创酷TRAX集中亮相本届北京车展，这在全球尚属首次。在车展现场，3.3米高的创酷TRAX和2米高的“大黄蜂”实体机器人，集勇猛灵性于一身，

再次将观众带回到血脉贲张的电影世界。

凯迪拉克携8款主力车型全新亮相北京车展。以全进口方式引入中国市场的凯迪拉克全新一代CTS中国首发，售价45.8万-54.8万元。全新一代CTS在承袭上两代车型前瞻设计与精湛工艺的基础上，进行了全面的突破与创新，并在秉承“艺术与科技”设计理念的基础上，对凯迪拉克经典的钻石切割设

计语言进行了全新的演绎。

别克军团旗下三大产品线全系阵容亮相北京车展，包括全新上市的新昂科雷和新GL8豪华商务车，最新款君威GS和英朗XT改装车以及其他主力车型。同时，结合首次启用的“会呼吸的展台”设计，以及英朗XT装置艺术与BIP互动科技体验区，别克展台为广大观众带来了全新的观展体验。

刘朝晖



# 奇瑞概念车展示“正向体系”硕果

奇瑞汽车在2014北京车展发布了两款全新的概念车——concept alpha与concept beta。作为奇瑞转型后新的研发体系的最新成果，这两款概念车标志着奇瑞最新设计理念和设计风格的逐渐成形，并且有可能在未来的两年时间里实现量产。而诞生于奇瑞正向体系下，这两款概念车背后所体现的Chery Design则是本届车展最大看点之一。

这两款概念车完全由奇瑞现有设计团队打造，该团队由前通用设计师James Hope、前保时捷设计师Hakan Saracoglu两位现任奇瑞造型总监领衔。据悉，“Chery Design”包含Proportion（车身比例）、Branding（品牌设计）、Design language（设计语言）、Quality（高品质的工艺制造）四大部分。每个



部分都包含了中国元素，代表中国主流文化的务实、包容、崇德、创新等理念也都融进了“Chery Design”。这两款概念车运用大量中国元素，使整车流畅动感，刻画“水元素”的自然之美，中国范儿十足。奇瑞汽车销售公司总经理

理黄华琼表示，Chery Design要打造的是奇瑞之魂，是中国汽车之魂。

除了概念车，奇瑞的参展阵容还包括在售或即将发售的主力车型，分别是艾瑞泽7、瑞虎5、E3、风云2运动版以及新瑞虎3。作为

2014年奇瑞的一款重量级产品，新瑞虎3将会在今年5月份上市，预计价格区间为8万-11万元。由于新瑞虎3是奇瑞按照正向造车体系开发的产品，除了拥有亲民的售价和丰富的黑科技配置，在钣金工艺、漆面质量等品质方面也较现款瑞虎3有明显进步。

此次北京车展，奇瑞概念车的惊艳亮相、极具品牌个性特征的“Chery Design”秀以及广受好评的新瑞虎3让我们看到奇瑞经过一年的演变，已经形成了具有自己品牌基因的“正向体系”。

新能源方面，奇瑞展出了一款采用碳纤维打造的插电式混合动力车型艾瑞泽7。另外，本次车展奇瑞还发布了其最新的车联网技术——Clouddrive智云娱乐行车系统。刘朝晖



# 斯巴鲁混动概念车亚洲首发

斯巴鲁汽车以亚洲首发最新混合动力概念车SUBARU VIZIV 2结合旗下精品代表车型组成雄厚阵容，在2014北京车展强势亮相，并宣布启动大型森林生态保护公益活动。

首次亚洲亮相的“SUBARU VIZIV 2”概念车是斯巴鲁最新推出的又一款面向未来的新一代油电混合动力跨界概念车，其从外观细节到内饰设计都极具未来感，还采用了多种创新性的核心汽车技术，其中包括1.6升水平对置缸内直喷涡轮增压(DIT)发动机、高扭矩无级变速器Lineartronic、一台前置电动机和两台后置电动机构成的混合动力系统，以及引领未来潮流的独立后电机驱动左右对称全时四轮驱动系统。

在本次展会上，斯巴鲁还展出了旗下Legacy力狮2.5i雅尚智能版、Outback傲虎2.5i雅尚智能版、Forester森林人2.0XT、SUBARU BRZ自动档、SUBARU XV2.0i豪华版等全系精品代表车型。阿晖