

上汽通用五菱:产销破千万辆的商业逻辑

■ 李邈

日前,上汽通用五菱对外声称,累计产销量已突破1000万辆大关。从企业最初的年约14万辆的销售规模,到如今连续5年突破百万辆大关。上汽通用五菱用11年完成了“凤凰涅槃”。

如果将中国车市比做一款经营谋略类游戏,上汽通用五菱更像是一个“狂刷数据”的高手,今年上汽通用五菱的销量已确定突破150万辆,在商用车领域市场份额达到48%,其中五菱宏光S创造月销5万辆的经典案例。乘用车宝骏品牌在车型不多的情况下,月均销量接近万辆。在柳州、青岛基地实现南北联动后,今年6月上汽通用五菱在重庆的新基地正式开工,这意

味着其完成中西部乃至全国的布局,而在海外市场上汽通用五菱同样多地开花。

我们需要思考的是,上述显性的光环背后,上汽通用五菱的商业模式还有哪些值得分享或借鉴?

实际上,从2002年成立至今,上汽通用五菱的经营思路基本可以用“低成本、高价值”来概括。

为了降低成本,上汽通用五菱的做法是,统一采购,货比三家,对于平台共用的零件物料,采购部统一集中采购,降低采购成本的同时,将供应商更为集中化。

与此同时,为了给用户提供可靠的产品,其严格按照通用汽车全球的整车制造标准生产制造。公司高层会

定期暗访市场,倾听市场第一线的声音,分析自身产品与竞品的优劣势,找到短板即迅速改进。因此,上汽通用五菱在商用车领域,产品的硬伤是最少的,实用性却最强。

除此之外,上汽通用五菱成功更为关键的要素是以人为本的企业文化。举个例子,在选择“千万辆整车下线仪式”的举办场所时,其内部人曾提议在宝骏新基地,以此预示对未来的憧憬。但企业高层反复斟酌后,将地点定在公司最老的一条生产线——东部总装A线。还有一点,在商业职场中,高级经理人跳槽往往依托于纯粹的雇佣关系和价值体现,但在上汽通用五菱,从上到下更像被某种情感的纽带牵连在一起。

在“千万辆下线仪式”上,总经理沈阳携几位高层在车间内半蹲在地上,与身后的几位企业老领导合影,脸上的笑容溢于言表,如今在中国车企的职场环境,能够见证这种“师徒之情”的瞬间越来越少。

对于曾经奋斗的前辈,上汽通用五菱的现役高管均尊敬有加,对于员工,沈阳曾说,我们的员工突破3万人,每个员工的背后,按照3口之家计算,就是接近10万人的庞大数字,经营层必须考虑如何让大家都过得更有品质。

当“以人为本”被诸多企业奉为文化核心时,用一种什么样的方式灌输,才能真正成为企业所需的文化,建立真正的一荣俱荣,一损俱损的“伙伴关系”,做比说更有效。

技术。

由于是非合资企业,技术是否开放成为了业界关注的焦点。据了解,丰田汽车在中国的研发将囊括TMEC、一汽丰田研发中心和广汽丰田研发中心。“TMEC还将与一汽、广汽合作成立技术委员会,定期开展技术交流,丰田将与两家合资公司分享比之前更多的关键技术。”TMEC副董事长兼总经理山科忠透露,未来丰田在TMEC还会研发新一代的混合动力技术。

有消息指出,为了表示丰田在华发展的诚意,此次TMEC最先国产的技术将是丰田全球领先的混合动力技术。

实行技术开放 丰田在华开荒混动市场

■ 本报记者 谢育辰

近日,丰田汽车研发中心(中国)有限公司(以下简称TMEC)在江苏省常熟市举行了竣工仪式。《中国企业报》记者获悉,该研发中心历经两年时间建成,具备正式测试跑道和研发设施,不仅是丰田全球规模最大的,同时也是最关键的技术研发基地。

在两年前的奠基仪式上,社长丰田章男用中文讲出“中国很重要”,到一年前的广州车展上,丰田中国改名为中国丰田,再到此次研发中心落地常熟,都在传达丰田在华本土化发展的决心。此次丰田宣

布技术开放,又为其在华本土化发展铺平道路。

丰田混动先发制人

TMEC由丰田汽车独资控股,历经两年的筹建,正式落户中国常熟,丰田创立了中国首个非合资独立研发中心,又一次早于其他合资公司。

丰田在混合动力的研发上一直是“第一个吃螃蟹的人”,丰田率先把混动车型普锐斯投放中国市场,开辟了中国汽车混动市场。再到去年丰田在华发布的“云动计划”,首次宣布混动车型国产化。

据悉,此次研发中心总投资6.89

亿美元,占地面积达到234万平方米,将包括节能、新能源车的零部件现地化研发。随着TMEC正式投产,混合动力核心组件的现地化研发也在进行,混合动力系统主要组件——电池、逆变器、变速驱动桥的现地化生产也将开始,到2015年,丰田在中国市场将实现生产一汽丰田、广汽丰田两家合资企业的混合动力车型国产化。

在华实行技术开发

落成仪式当天,负责丰田汽车技术开发的副社长加藤光久对媒体宣布:丰田将和中方共享混合动力技术。

技术。

由于是非合资企业,技术是否开放成为了业界关注的焦点。据了解,丰田汽车在中国的研发将囊括TMEC、一汽丰田研发中心和广汽丰田研发中心。“TMEC还将与一汽、广汽合作成立技术委员会,定期开展技术交流,丰田将与两家合资公司分享比之前更多的关键技术。”TMEC副董事长兼总经理山科忠透露,未来丰田在TMEC还会研发新一代的混合动力技术。

有消息指出,为了表示丰田在华发展的诚意,此次TMEC最先国产的技术将是丰田全球领先的混合动力技术。

【市场调查】

开启“1”字体系 东风标致全球战略加速

标致301在30多个国家陆续上市之后,近日东风标致在华首次开启了以“1”为尾数命名的新车型。“全球品质、致雅设计、先锋配置”东风标致总经理吕海涛表示,东风标致301将是中国消费者的需求,在中级市场竞争的战略车型。

标致3系由欧洲引进到国内已有80余年的历史,此次东风标致推出全新的301告别单一的法国元素,融入了许多全球化风格。东风标致借助301完成产品线的提升,而对PSA而言,也是其关键时期加速全球化战

略的重要转变。

“新生代品质先锋车”,此次东风标致把301定位在新生青年一代。为了吸引青年人的眼光,301游历了两个大洲之后,于11月初正式驶入中国,开启了中国“301之路”。

在设计上,全新301又被称之为“小508”,其利用标致全新设计语言并采用光影魔术的处理手法打造,在富有运动感的基础上,301多了一些沉稳的感觉。

此次东风标致301还配备了更加人性化的配置,在广州车展上,业内人

士也指出301是法式血统的一次改变,更加贴近中国消费者的需要。

标致品牌公布了全新的命名体系——首个数字代表车型级别,中间数字沿用“0”不变,尾数分为“8”和“1”两种,“8”是现有成熟产品及其换代产品的尾数代码,“1”则代表针对全球市场开发的全新产品,更注重车型的全球化。全新301正可为新命名体系下的第一个全球车型。

为了加速全球战略部署,东风标致301在神龙公司第三工厂生产。第三工厂被誉为“全球新一代精益化绿

色标杆工厂”,拥有专业化的生产技术、生产工艺和装配材料,更采用了现代化的管理模式,东风标致301采用了全球最新生产标准。

但是受欧债危机影响,专家预测欧洲市场在近期依然低迷,PSA预计今年在欧洲的市场占有率仍将下降3%至5%。然而在中国市场却截然不同,今年上半年,神龙公司共计销售276896辆,同比增长33%。而前5个月,中国成为PSA全球第一大乘用车市场。同时东风标致将通过301上市,加快全球战略,完成对中级车市场的整体布局。

逆市恢复增长 东风日产在华双管齐下

当业内还在讨论日系车是否复苏的时候,目前,东风日产的累计销量已经超过了2012年全年。业内人士指出,东风日产的回归得益于其合资品牌和合资自主在华的双管齐下。

数据显示,东风日产延续了9月“史上最强销量”的态势,10月双品牌销量再次破9万大关,以91415辆的业绩坐稳行业月销量前四的位置。对此,东风日产乘用车公司副总经理任勇对媒体宣布,“东风日产已经恢复到高速增长的轨道。”

“全新一代天籁·公爵的推出,

将改变中高级车市现在盛行的‘两代同堂’局面,转而成为‘两强同堂’。”任勇预测未来市场格局时表示。

近几年,中国汽车市场经常出现“两代同堂”甚至“多代同堂”的局面,新旧车型一起投放市场。此次全新天籁·公爵上市,采用2900mm的超长轴距,继豪华车市场成功之后,东风日产预想在中高级车市场掀起“L”风。

东风日产计划新世代天籁以良好的操控和时尚的设计来满足消费者的需求,而全新一代天籁·公爵则通过加长的设计和豪华内饰来抢占

市场。

销量数据显示,天籁连续两个月销量过万,加上天籁·公爵的长轴距设计更贴合中国内地,业内人士普遍看好“两强同堂”的营销策略。

作为东风日产另一个支柱品牌启辰,近日携3款车型与纯电动车型e30亮相广州车展。

启辰品牌于2010年正式推出,已经成为中国成长最快的合资自主品牌,累计销量达到13万辆。截至目前,启辰已建成147家专营店和1500多家二级网点。

据启辰内部人士透露,为了迎合市场的需要,明年启辰将在传统

汽车和新能源汽车领域双线出击,并且未来将推出启辰SUV车型,启辰将成为东风日产不可或缺的战棋子。

东风日产启辰事业部部长叶磊公开宣布,2014年启辰将再度发力,在2013年全年销量基础上以50%的增长再度挑战跨越式发展速度。在网络扩张方面,启辰将继续加快专营店建设,对为数不多的空白地区快速填补,到年底将专营店数量扩充至150家。

届时,随着启辰核心竞争力加大,东风日产双品牌战略将进入新的阶段。

坚持“龙腾C计划” 东雪加快产品布局

“谋定后动”一直是东风雪铁龙发展坚持的原则。

纵观我国汽车市场,法系轿车悄然崛起。数据显示今年1—11月中旬,东风雪铁龙累计销售23.6万辆,同比增长23.5%,超过行业15%的整体增速。

对此,东风雪铁龙代理总经理王涛表示,东风雪铁龙将坚持“龙腾C计划”,未来三年,东风雪铁龙将每年至少推出一款全新车型。2014年底或2015年初,适时导入SUV车型,引入高端车型等,构建出各细分市场

涵盖更广、覆盖更密的产品线。

近日,东风雪铁龙在C4L突破5万辆销量之后,在市场上推出了C4L智驱版上市。此次新车上市不仅展示了东风雪铁龙Hybrid 4、Hybrid Air等技术,也宣告“龙腾C计划”开局告捷。同时,随着“E动战略”的全面推进,东风雪铁龙将继续丰富自身的技术储备,实现动力总成全面升级换代。

之前,东风雪铁龙制定了“龙腾C计划”中期战略规划,围绕品牌定位、产品技术和客户承诺三大方面全

面梳理了未来三年的发展方向,在2015年销量突破40万辆的核心目标。截止到目前,不足一年,东风雪铁龙已经超过了预计销量的50%,全系C4L车型和全新爱丽舍车型陆续投放市场,由此可见,“龙腾C计划”的战略规划发展前景十分乐观。

王涛对媒体透露“东风雪铁龙将每年至少推出一款全新车型,现阶段已经完成市场细分,未来范围涵盖更广、覆盖更密的产品线。”

目前,东风雪铁龙上市C4L车型与全新爱丽舍、C5和全新世嘉等

车型覆盖了A级到B级市场。同时东风雪铁龙具有领先的EMP1平台,《中国企业报》记者获悉,未来国产SUV车型将利用此平台生产,预计在2014年底投放市场。

随着市场细分的完成,东风雪铁龙也制定了各个车型明年的预期销量。同时,销售渠道也由一二线城市扩展到三四线城市。据王涛介绍,三年的时间,经销商已经由200家扩展到429家,未来经销商网络将会进一步扩大,将会延伸到五六线城市。

本栏目稿件均由本报记者谢育辰采写

资讯



奔驰400L混动轿车正式上市

梅赛德斯-奔驰旗下三大品牌:梅赛德斯-奔驰、smart、AMG,携十五款新车登陆第十一届广州国际车展。车展上,国产E级家族又加入一名新成员——E 400 L混合动力轿车,作为该级别车型在华国产的首款混合动力车型。首款搭载“中国芯”的梅赛德斯-奔驰车型GLK 260 4MATIC动感型借广州车展之机正式上市。

雷克萨斯全新CT200h全球首发

雷克萨斯在广州车展上,正式发布新款CT200h车型。与现款车型相比,新款CT200h采用了更加夸张的雷克萨斯纺锤形格栅设计,这是雷克萨斯工业设计的一次突破性的改变。另外,新车型的前后保险杠也有所变化。整体来看,新款CT200h在换装新设计后使其外形更为运动。动力方面,新款雷克萨斯CT200h将继续使用与现款车型相同的混合动力系统,由1.8L自然吸气发动机和电动机组成,传动部分匹配CVT无级变速箱。

广汽三菱新劲炫ASX精英版上市

广汽三菱以“专业创造愉悦”为主题,携旗下“新生代中级SUV”新劲炫ASX和“全新商务越野车”新帕杰罗·劲畅齐聚琶洲会展中心。新劲炫ASX精英版正式上市,凭借丰富的安全配置和卓越的产品性能,新劲炫ASX以优异的表现通过中国汽车技术研究中心2013年度C-NCAP安全碰撞测试,荣膺五星评定。

大众多款新车亮相“大众之夜”

大众集团以“以人为本,众之源”为主题,在“大众之夜”中携进口大众、进口奥迪、一汽-大众、上海大众、上海大众斯柯达、一汽奥迪、西雅特、保时捷、兰博基尼、宾利、布加迪和杜卡迪一同与媒体见面。亮相的新车有高尔夫7、奥迪A3e-tron、斯柯达Rapid Spaceback、上海大众朗境、大众XL1、大众e-up、西雅图LEONSC、宾利慕尚、四季臻藏版、保时捷PanameraS E-hybrid、布加迪16.4 Grand Sport Vitesse。

东风裕隆全系车型亮相羊城

本届广州车展,东风裕隆带来了“以双引擎决定世界”的大7 SUV、大师纳智捷MASTER CEO、纳智捷大7 MPV以及纳智捷5 Sedan的全系产品盛装亮相。东风裕隆预计将在2014年推出两款SUV产品,满足SUV市场日益增长的市场需求。东风裕隆副总经理白清源表示:未来东风裕隆将有四个平台共计8—10款车型陆续投放,全系产品将涵盖从C级、B级、A级、A0级全部细分市场,以“智慧·豪华”的产品内涵开创国内汽车市场的智慧新格局。

沃尔沃全系S60L全球首秀

沃尔沃全系S60L轿车在广州车展实现全球首秀。源自北欧,秉承沃尔沃全球统一品质和标准的中高级豪华轿车,突破了传统意义上的简单加长概念,以更人性化空间布局;更智能、更舒适的配置升级;更贴心尊贵的驾乘感受,自信面对消费者和业界的严苛检阅。全新S60L轿车定于12月中旬正式在中国上市,从而为沃尔沃汽车在2013年的系列产品升级完美收官。

上海大众汽车Lavida家族上市

近日,上海大众汽车Lavida品牌以家族形式在广州上市,汇聚“Lavida品牌之夜”。Cross Lavida朗境、New Lavida Sport新朗逸运动版、Gran Lavida Sport朗行运动版与Lavida Blue-Motion朗逸蓝驱技术版四款车型携手上市,与Lavida品牌已有车型New Lavida新朗逸、Gran Lavida朗行共同组成Lavida家族。此次上市活动进一步稳固其在A级车市场的领军地位。

比亚迪彰显科技与环保

比亚迪旗下新车秦、S7以及思锐、速锐、S6、G6、M6、L3、F0、e6等热销车型以及双向逆变充放电、遥控驾驶、腕表钥匙、TID动力总成等技术重磅出击广州车展。比亚迪充分展现了其双驱战略和智能化战略,凸显了其普世科技理念和绿色环保意识。秦作为一款节能环保车型,搭载了领先行业的双擎双模技术,将高性能大功率驱动电机与1.5TID黄金节能动力总成两种力量相结合于今年12月上市。

壳牌统一20周年庆典

壳牌统一在广州车展上展示了其20年的发展历程和经营理念,并举办了庆典仪式。旗下柴机油、汽机油、摩机油、工业油、工程机械油和OEM等全系产品悉数亮相。新一代“全能”系列产品全部采用UP+优能技术,用优质的合成基础油精制而成,是壳牌统一推向市场的高性价比合成润滑油产品,并推出新产品油压王CH-4。

山东临工“中国好司机”活动落幕

以“人人争当好司机,齐心驱动中国梦”为主题的中国好司机高级训练营在山东临沂隆重举行。从“城市训练营”3000多名学员中脱颖而出的100余位优秀操作手齐聚一堂,接受高级培训,最终,李成诚、贾秀红、康喜云等人获得“十佳好司机”称号,并于29日晚举行的颁奖典礼上收获大奖和荣誉。全国道德模范、雷锋传人郭明义,中国工程机械工业协会会长祁俊,山东临工执行总裁于孟生,山东临工总经理文德刚等相关领导出席颁奖典礼。

吉利GX7海岸之旅驶入天津

“大有可为——吉利GX7海岸之旅”正式启动以来,车队对沿途所经众多沿海城市的小微企业发展状态进行了调查和探寻,对中国沿海的风土人情、海洋文明有了更深刻的理解。时至今日,“吉利GX7海岸之旅”已经走过7站,途经广西、广东、福建、浙江、江苏、山东、河北7个省区,上海和天津两个直辖市以及珠海、厦门、宁波、杭州等近30个滨海城市,行程超过8000公里。