

打造汽车湘军“王牌” 领跑中国“后合资时代”

对话广汽三菱汽车有限公司董事兼执行副总经理张跃赛



广汽三菱执行副总经理张跃赛。

谭遇祥

广汽三菱成立5周年,迎来第30万辆整车下线。广汽三菱已成为汽车湘军一张“王牌”。从广汽三菱成立时首款新劲炫 ASX 下线开始,到实现第10万辆整车下线用了26个月,实现第20万辆整车下线用了20个月,而第30万辆下线的公司已缩短到11个月,“广三速度”也成为湖南经济社会快速发展的一个缩影。

企业成立5周年之际,广汽三菱汽车董事兼执行副总经理张跃赛接受了湖南日报全媒体记者的采访,介绍了广汽三菱目前发展状况,并与我们一同对广汽三菱的下一个五年进行了展望。

1 借助千亿元产业规模优势 湖湘热土演绎汽车湘军传奇

目前,长沙共有汽车及其零部件配套企业135家,已形成了以轿车、越野车、新能源汽车等6大类整车为核心的汽车产业集群。今年以来,长沙汽车产业产值持续超高速增长,成为全市第七大千亿产业。汽车制造业实现跨越式发展,迅速成为长沙工业新的支撑点,对工业经济增长的贡献作用日益凸显。从规模以上汽车制造企业看,2016年长沙汽车制造业完成产值1008.65亿元,汽车制造业增加值增速为33.7%,增长贡献率为24.3%;从长沙市统计局获悉,2017年上半年,长沙规模以上工业企业实现利润总额350.30亿元,同比增长28.1%,增速比上月提升5.2个百分点,比上年同期提升30.2个百分点,分别高出全国、全省6.1和5.9个百分点。

在张跃赛看来,湖南汽车产业的飞速发展,给广汽三菱企业的发展提供了“沃土”,广汽三菱的发展离不开省、市、区各级领导和部门的关怀,广汽三菱人正满怀热情,不断深化产业结构布局,为湖南汽车产业的发展添砖加瓦。今年3月份,广汽三菱发动机工厂在长沙动工,2018年发动机将正式投入生产。这不仅将使广汽三菱掌握核心技术和配套能力,实现提质增效;也将有力促进湖南省、长沙市汽车产业结构转型升级和产业链条的进一步完善。

“2018年发动机将正式投入生产,只要有发动机在,新产品的导入以及产品数量都会让大家满意。加上雷诺-日产-三菱联盟,频繁地沟通交流,都给广汽三菱带来很多变化,相信后续的发展肯定会进一步加快。”张跃赛说道。

张跃赛表示,广汽三菱扎根湖南这个中部汽车产业核心地区,对促成广汽集团“一个中心、两翼舒展”的企业战略布局具有重要意义,同时为湖南汽车板块“中部崛起”作出积极的贡献。未来,我们将把广汽三菱打造成为汽车湘军的“王牌”。根据规划,2016-2020年的五年时间,广汽三菱将导入10款新车。目前已经推出了全新劲炫和国产欧蓝德两款新产品,未来也将有更多新产品问世。

2 依托雷诺-日产-三菱联盟 迎来企业“二次腾飞”机遇

随着雷诺-日产-三菱联盟建立,广汽三菱作为三菱汽车在华事业的核心,得到各方股东的高度重视。10月31日,三菱汽车会长卡洛斯·戈恩一行与广汽集团董事长曾庆洪,广汽集团总经理冯兴亚,广汽集团副总经理、广汽三菱董事长区永坚及广汽三菱经营层等进行交流,卡洛斯·戈恩就广汽三菱生产经营及销售工作进行了

解,参观了生产车间,更试驾了广汽三菱的产品,表达对广汽三菱的未来发展充满了信心。

日前,三菱汽车公布了名为“DRIVE FOR GROWTH”的3年中期经营计划。在这个计划中,中国市场将成为三菱汽车全球的关键市场,将实现销售网络数量的翻倍,到2019年度达到年销量22万台的目标,占据全球销量目标的16.9%。产品方面,三菱汽车还将在中国导入新型“Eclipse Cross”等产品,强化其在中国的市场地位。



2017年9月11日,广汽三菱第30万辆整车下线。

3 产品发展不遗余力 实力提升获消费者认可

自成立以来,广汽三菱一直致力于打造让消费者满意的汽车生活,不断打造新的汽车产品,并得到更多消费者的认可,进一步提升企业综合实力。张跃赛表示,广汽三菱从去年开始陆续推出了全新劲炫、欧蓝德,以及今年的欧蓝德荣耀版、嘉乐版、2018款,均得到了消费者的认同。尤其欧蓝德上市之后让广大消费者更好地了解他们的产品,让行业看到了广汽三菱的变化。

在2017年8月的成都车展上,广汽三菱携2018款欧蓝德、2018款劲炫、2018款帕杰罗全新新车以及欧蓝德2.0L 7座嘉乐版闪亮登场。2018款全新新车在广汽三菱高品质、高性能、高安全性、高性价比的“四高”产品优势基础上,实现全面升级。欧蓝德嘉乐版则以17.48万元的售价向2.0L 7座SUV市场发起猛烈冲击。在超高产品力和优异性能的加持下,欧蓝德凭借“2047”的产品优势,稳居日系四驱SUV NO.1,成为SUV市场的“爆款”。荣耀版、嘉乐版的上市,更在2.0L细分市场上树立双价值标杆。

凝聚广汽集团匠心造车之道,继承三菱汽车百年世家品质,广汽三菱在成立之初就确定了需要终生恪尽职守的企业理念——“以专业、安全、优质的汽车产品,创新汽车生活,守护绿色地球”。广汽三菱从零部件采购到整车测试采用严格的检验标准,多达135项测试远高于国家要求,在整车量产初期,广汽三菱就实现了整车质检“零缺陷、零扣分”。在此次J.D. POWER公布的中国新车质量研究报告中,广汽三菱也是广汽集团旗下排名第一的汽车品牌。

广汽三菱始终把“品质”作为企业的核心诉求,也收获了良好的市场反馈和口碑积淀。

追求“打造更好的服务”。当前,人们越来越多追求自驾游,面对人们的生活方式改变,只有发展好的产品和服务才能助力消费者实现他们的需求。近年来,广汽三菱一直在加强消费者服务体验,并致力于建设“50公里半径的服务圈”,确保消费者在购车和使用环节无后顾之忧。而“驿站”,也是广汽三菱今年升级的车主服务之一,现在在川藏线、滇藏线、青藏线、新藏四条主要进藏线路,各位车主都能享受到广汽三菱的“驿站服务”。

品牌形象深入人心。广汽三菱今年通过与湖南卫视合作《歌手》节目以及一系列宣传动作,品牌的形象逐渐彰显。张跃赛表示:“就目前发展而言,我们认为品牌形象深入人心的程度还不够,所以接下来,一方面,我们将继续进行营销创新与变革,开拓娱乐营销等一系列创新营销方式,提升广汽三菱品牌认知。”

延续音乐主题让世界听见。10月29日,由广汽三菱欧蓝德独家冠名的湖南卫视音乐公益节目《让世界听见》和观众如约见面。作为一档大型原创音乐公益支教节目,《让世界听见》节目由两位明星支教老师汪峰、蔡国庆走进大山,带领音乐教学帮手陪伴孩子们生活、学习,用组建合唱团的形式,帮助孩子们接触正规的音乐教学,实

标,占据全球销量目标的16.9%。产品方面,三菱汽车还将在中国导入新型“Eclipse Cross”等产品,强化其在中国的市场地位。

自去年三菱汽车加入雷诺-日产联盟后,联盟内部交流愈发频繁。与此同时,三菱汽车与广汽集团的合作也进一步深化。据张跃赛透露,未来,三菱汽车和日产汽车将在联合采购、金融服务与售后服务、工厂共用、汽车平台共享、技术分享等领域展开合作。在合作的基础上,日产汽车与三菱汽车及其在中国的合资公司——东风汽车有限公司与广汽三菱汽车有限公司将探讨潜在的协同机会,并将在依照双赢互惠的原则和基础上寻求协同效应。“三菱汽车在SUV、电动车方面拥有雄厚的技术平台,凭借广汽三菱在SUV领域的造诣以及对中国市场的影响,加上东风日产在市场层面的灵活打法,这将成为雷诺-日产-三菱联盟成功的关键。”张跃赛补充道。

中国市场是三菱汽车最重要的市场之一,广汽三菱则是三菱汽车在中国市场最重要的战略部署。随着三菱汽车中期计划的稳步推进,以及股东方优势资源的持续深化,可以预见,广汽三菱未来将以更丰富的产品、更快的发展速度向车市发起强势冲击,迎来企业发展“二次腾飞”机遇。

4 推进“SUV+新能源战略” 提倡绿色环保汽车生活

为适应多种路况,SUV的油耗问题一直是最大的课题。特别是像广汽三菱,只专注生产SUV,没有小排量轿车,要如何应对“燃油车退出市场”这一政策,是广汽三菱一直在思考的问题。当然,企业目前首先是需要适应这样的转换,并积极主动去配合国家政策发展。张跃赛表示,未来我们将通过雷诺-日产-三菱联盟这一平台,进一步完善企业产品矩阵,未来发展规划,积极主动地响应国家发展“双积分”政策。

国家推行“新能源”政策,从某种意义上促使国内“新能源”能快速发展起来,我们可以看待为“弯道超车”。现在“新能源”得到国家的支持,品牌将会得到快速的增长。“SUV+新能源”对于只专注SUV产品的广汽三菱而言,无疑是未来发展的重要战略。国家现逐步推行“新能源”政策,从某种意义上来说,有利于促使国内“新能源”能快速发展起来。

张跃赛表示,“SUV+新能源”将是广汽三菱未来五年发展的重要战略。无论面对更加激烈的市场竞争,还是双积分政策等课题,广汽三菱都将从产品规划上,更积极主动去应对。未来,将通过雷诺-日产-三菱联盟这一平台,进一步完善企业产品矩阵。未来,广汽三菱会导入更多来自广汽集团、三菱汽车的新产品,给大家带来绿色环保的汽车生活。



欧蓝德荣耀版燃情上市。

现孩子们将歌声唱出大山、让世界听见的终极梦想。这档不打苦情牌的支教综艺让观众倍感惊喜,汪峰和只吃不聊的光布、蔡国庆和“半路亲戚”光明这两对“国民新CP”,让观众感受到不一样的支教生活。

在节目当中,除了孩子们动人的歌声,明星座驾“公益大使”欧蓝德的表现也让人眼前一亮。面对大瑶山的复杂路况,集高颜值、高性能、高配置、高品质、高安全性、高性价比“六高”产品优势于一身的欧蓝德,凭借4WD+S-AWC专业四驱系统以及原装进口MIVEC发动机,以充沛的动力、极强的通过性和稳定性获得嘉宾们的一致好评。

张跃赛表示,要让品牌深入人心,除了创新营销之外,还必须做出让客户安心、放心的产品,坚持“用产品说话”。他还分享了欧蓝德进藏的一些趣事。众所周知,八九月川藏地区雨水较多,非常危险。我们一行四人,从成都出发,途经雅安、康定、林芝最后抵达拉萨,全程共2600多公里,在途中曾遭遇暴雨、高原反应、多次塌方事件等,可谓十分艰巨。虽然路途艰难,但是欧蓝德的表现却出乎大家意料。从康定驿站到芒康驿站,欧蓝德全程只耗油8.6L。虽然欧蓝德许多优秀性能在宣传方面并无提及,但是亲身体会后,实在不能不称赞欧蓝德品质优良、性能强大。



2017年10月12日,广汽三菱迎接企业成立五周年。

5 广汽三菱成“实力偶像派” 开启“后合资新时代”

一系列动作背后广汽三菱业绩稳中有进,10月实现销量11013台,同比增长46.49%,1-10月累计销量92352台,同比增长165.98%。10月实现零售12730台,同比增长98.94%,1-10月累计零售91051台,同比增长128.72%。2016年,欧蓝德的国产让蛰伏的广汽三菱扬眉吐气,多次刷新销量纪录,口碑与市场取得双赢。欧蓝德凭借“2047”的产品优势,稳居日系四驱SUV NO.1,成为SUV市场的“爆款”。随着欧蓝德荣耀版、嘉乐版的上市,更在细分市场上树立双价值标杆。而将要引入国内的Eclipse Cross,以其不俗的外形、充沛的动力和灵活的操控,也有望获得中国消费者的青睐,成为广汽三菱又一“实力偶像派”。

张跃赛表示,广汽三菱正在踏入到“后合资时代”的新发展阶段。中国汽车企业经过30多年合资发展,已不再停留在过去“以市场换技术”、“中方不占主导”等模式。在2016年的广州车展上,广汽三菱发布了全新企业标识,广汽集团的G标+三菱汽车的三菱标组成了现在大家看到的广汽三菱新标识,这也标志着广汽三菱正式进入股东方互利平等共赢的发展新时期。

广汽三菱的模式其实是“后合资时代”的一个缩影,这不仅是大势所趋,也是历史必然,是中国汽车产业崛起的表现。

而对整个中国汽车行业而言,后合资时代将是自主品牌企业与合资企业并存与升华的时代,广汽三菱将以更深入的合作和更强的核心竞争力参与到汽车产业格局中,寻求创新的发展模式,继续进行营销创新与变革,作为中部汽车产业“第六极”的领军品牌,在湖南汽车产业崛起中发挥更积极的作用。



广汽三菱冠名湖南卫视大型音乐公益真人秀——《让世界听见》。

(本版图片由广汽三菱提供)