



再提 日产特色

日产 CEO 内田诚为转型划重点

中青报 中青网记者 张真齐

面对全新的技术发展前景和消费习惯的快速迭代升级,各大传统车企纷纷“大象转身”,勾勒全新的发展战略和技术路线。今年5月28日,日产对外正式发布全新企业战略 Nissan NEXT,宣布进入全新的发展阶段。

在2020年北京国际车展上,日产汽车公司董事会成员、日产汽车公司代表执行官、总裁兼首席执行官内田诚再次通过远程视频的方式接受中国媒体采访,解读了日产全新战略和后疫情时代的发展规划。

重点瞄准销售质量

Nissan NEXT 是一项为期四年的企业转型计划,其目的在于到2023财年,使公司回到正确的发展轨道,并且为了此后10年的发展,重建完备体制的事业改革计划。谈及 Nissan NEXT 战略时,内田诚解释说,这项战略的核心思维是贯彻优先和重点,提高业务质量和强化财务基础。在新的时代中,恢复 日产特色。

略中,最重要的是提高销售质量。针对这一点,日产将在彻底强化管理的基础上,削减固定费用支出,并在疫情过后重新恢复全球生产,投放计划中的新车型。

随着全球新冠肺炎疫情防控形势逐渐向好,在复工复产和新品推出进度方面,日产也在逐步恢复。

虽然仍需继续关注疫情的影响,并适时采取适当的应对措施,但如果行业整体需求恢复到预计的水平或者更好的情况下,预计会实现我们的预期。即2021年的营业利润呈现出积极的变化,目前一切正在按照计划推进。今后的重点仍是进一步恢复销售和和生产,希望可以继续把日产汽车的价值提供给消费者。内田诚表示。

事实上,Nissan NEXT 战略不仅引领着日产发展转型的方向,还标志着日产旗下产品的进化和风格的转变。

作为 Nissan NEXT 战略发布后的首款全新车型,日产 Ariya 在2020年北京国际车展上吸引了不少人的关注。与其他入门级电动汽车产品不同,作为一款高性能的纯电动跨界车型,日产 Ariya 代表了日产电动汽车的全新品牌形象,搭载了日产智行(Nissan Intelligent Mobility)的最新技术和全新设计语言,集舒适、操控、高效、安全和便捷于一体。

内田诚介绍,双电机配合日产 e-4ORCE 双电机全轮控制技术,可为日产 Ariya 的四个车轮提供平衡且可预测的动力输出。日产 Ariya 还配备了率先搭载于日产聆风上的 e-Pedal 一体化智控踏板,驾驶员只需操控加速踏板即可完成车辆起步、加速和减速等操作,适用于城市拥堵的路况。

值得注意的是,在解读 Nissan NEXT 战略时,内田诚多次提及与中国市场的关系。

对于日产汽车来说,中国市场是其海外非常重要的核心市场之一。内田诚直言,中国市场是 Nissan NEXT 战略中的一个优先与重点。从进入中国市场以来,我们始终将中国视为核心市场并持续投入。

牢牢把握中国市场的发展脉搏

对于日产而言,深耕中国市场 绝非一句口号。尤其是在电动化、自动驾驶、智能互联等领域,中国无疑是世界领先的市场之一。中国消费者需求变化的速度很快,为



在2020年北京国际车展上,日产汽车公司董事会成员、日产汽车公司代表执行官、总裁兼首席执行官内田诚通过视频接受中国媒体采访,解读了日产的全新战略和后疫情时代的发展规划。

满足了这样的需求,持续提供日产汽车的价值,最重要的就是 适时投入产品 (Time to market) 和 为市场定制产品 (Design to market)。内田诚如是说。

内田诚认为,想要满足中国消费者的需求,最关键的就是要最大限度地发挥本地化的作用,通过本土化战略,进行产品企划、开发和生产。他表示,本土化 是日产



北京现代副总经理樊京涛表示,为了让市场和消费者看到北京现代在技术领域的实力,北京现代将在产品和技术两端同时发力。

中青报 中青网记者 张真齐

近几年,乘着智能化和网联化快速发展的浪潮,一批造车新势力凭借在软件领域的提前布局,发展势头非常迅猛。但与此同时,传统汽车企业凭借多年的技术积累和体系培养,也正在不断擦亮着“技术达人”的品牌形象。在我看来,硬核技术就应该掌握在自己手里,而不是靠买来实现。北京现代副总经理

樊京涛:产品与技术并行 北京现代有更多思考

樊京涛直言,从发动机到变速箱,现代汽车强大的技术实力就是我们的独特优势。

樊京涛坦言,近几年受多重因素的影响,北京现代被不少人贴上了“性价比路线”的标签。在樊京涛看来,这样的标签无法体现出北京现代雄厚的技术和产品实力。为了能够让市场和消费者看到北京现代在技术领域的优势和强项,北京现代在产品和技术两端同时发力。

尤其从今年下半年以来,北京现代旗下全新索纳塔、伊兰特、途胜L等热门车型陆续登场,并在短时间内便收获了大量消费者的关注和青睐,进口车业务中最新上市的帕里斯帝,同样成为2020北京国际车展中的热门车型。

在以前的大型车展上,往往是北京现代展示即将投放的新产品,现代汽车展示战略车型和前沿科技。樊京涛说,作为现

代汽车在中国重启进口车业务的第一年,今年的北京车展改变了这一玩法。

他表示,进口车型帕里斯帝的上市,将进一步丰富现代汽车在中国市场的产品矩阵,同时帮助北京现代完成技术品牌的重塑。

樊京涛的信心首先源自北京现代全新的产品。作为全新一代i-GMP平台下投产的第二款车型,第七代伊兰特的在多项细节上都进行了升级。

伊兰特在全球车市销量达1400万辆,在中国销量近470万辆。我们对第七代伊兰特的外观、内饰整体设计有了明确的感官体验,我们希望这款产品能够重新创造北京现代在A级车领域的辉煌。樊京涛说。

针对刚刚在中国完成首发亮相的第五代途胜L,樊京涛透露该车计划在明年4月上市,并表示了高度期待:如同伊兰特在轿车领域的地位,途胜是北京现代SUV品系

的王牌,它曾在高峰期月销量突破2万辆。我们希望靠这款高性能、高品质的产品,进一步增强北京现代SUV家族的实力。

据介绍,第五代途胜L将采用现代汽车独有的CVVD即连续可变气门持续期技术,给用户带来高效和节能兼备的优势。

CVVD技术在提高动力性能的同时,提升了燃油经济性,减少了排放,发动机可实现性能提升4%、燃油率提升5%、尾气排放量减少12%。樊京涛比喻说,可以理解为实现了让“马儿跑得快、又给马儿少吃草”的效果,这将为消费者日常使用带来相当可观的便利性和经济性。

值得一提的是,北京现代在新能源领域也有着新的思考。樊京涛认为,在新能源领域的优势主要有两大层面。其一,是由于作为北汽与现代成立的合资公司,北京现代有两家股东公司的新能源技术、经验作

为背书,其二,则是北京现代在新能源产品的完整布局。

据他介绍,未来的产品规划中,新能源车型将占据“大头”。而在燃油阵营中,北京现代会在主要量产产品上推出混动车型。

同时,从明年开始,北京现代每年将会发布一款基于纯电平台的电动车,未来在全新IONIQ品牌下,在中国市场也会投入基于它所开发的SUV、轿车,一年一款,陆续投放。

在樊京涛看来,出色的新产品,是助力北京现代品牌重塑的一个支点,另一个支点则是i-GMP平台和HSMART+技术战略。

樊京涛表示,现代汽车i-GMP平台从设计来看,它集成了设计、操控、性能、动力以及多种动力组合,能够提供多种车型的生产,研发。整体大平台分成中小型(K)平台、中大型(N)平台、纯电动(EV)平台三个分支。自第十代索纳塔之后,投放中国的所

在中国市场迄今为止一直坚持且非常正确的策略,今后也将继续强化与东风汽车集团的合作伙伴关系。

日产一直与中国市场共同发展和进步。比如在智能互联领域,截至今年8月,已有200万辆日产车搭载了智能互联技术。计划到2024年,将有600万辆日产车搭载这一技术。同时,我们还将进一步利用智能网联技术所带来的资源,为用户提供更好的服务。日产汽车公司全球高级副总裁、日产中国管理委员会主席、东风汽车有限公司总裁山崎庄平介绍说。

与此同时,乘着自动驾驶的东风,日产ProPILOT超智驾技术也将投放。预计到2022年,日产ProPILOT技术将搭载在5款车型上,未来将有70%的车型具备该功能。

而在是电动化方面,按照规划,日产汽车将面向中国市场导入更多车型。到2022年,日产汽车将向中国导入包括日产Ariya和搭载日产e-POWER技术车型在内的7款新车型。

去年,东风有限还成立了友友科技有限公司(LYMS)。日产将通过友友科技与滴滴、东风出行、T3出行等企业开展合作,发展共享出行服务,我们会将日产汽车独有的技术和独特价值提供给中国的消费者。山崎庄平道。

面对中国消费者不断变化的需求,如何更好的满足他们,这一点非常重要。东风汽车有限公司副总裁、东风日产乘用车公司总经理安东尼·巴瑟斯在最后补充说,对于日产来说,从消费者的需求出发,是一个很好的切入点。未来,日产将牢牢把握中国市场的发展脉搏,不断推动产品技术的进步,从而满足中国消费者独特的需求。

有产品都基于i-GMP平台,这个平台诞生的产品,技术、性能更先进,从设计来说,前悬缩短,轴距拉长,内部乘坐空间更广阔,整体设计更符合动感美。樊京涛说。

此外,得益于该平台对车身架构的重新设计,使整车重量减轻,车身强度提升,在发生碰撞的时候,一系列新技术的应用保证乘坐者以及碰撞方的安全,进一步提升了行车的安全。

说到i-GMP平台的升级,就会谈到我们去年提出的HSMART+战略。樊京涛说,面对未来个性化汽车发展的趋势和智能化移动出行的需求,HSMART+技术品牌战略通过智+环保、智+互联、智+自由三大板块,旨在以顶尖的新能源技术、行业领先的智能科技和全方位高品质,打造出更清洁、更智慧、更便捷的出行方案,拉近人与未来的距离,推动出行方式的快速升级与进化。

HSMART+ 这个战略将指引北京现代未来三至五年以至于长期的方向。樊京涛总结说,通过强化战略和不断推出具有硬核实力的新车,北京现代将扭转过去中国消费者对其不真实、不全面的品牌认识。

体系实力驱动发展 奇瑞捷豹路虎进一步聆听 中国声音



五重体系实力驱动品牌发展

随着中国汽车产业的快速发展和中国消费者消费水平的升级,过去汽车企业单一的“产品竞争”时代已经过去,品牌、品质、研发等多领域的深度体系建设,成为了当下汽车企业发展的关键所在。

国际知名咨询机构麦肯锡发布的《2019汽车消费者洞察》也指出,多维度的体系化建设,不仅能够帮助汽车企业节约生产和管理成本,也能够让产品更加规模化和规范化,进一步提升品牌在消费者中的认可度。

数据显示,奇瑞捷豹路虎今年7、8月批售销量同比上升44.95%和28.71%,9月销量则同比上升30.02%,创下2020年以来单月销量新高。之所以能够取得这样的销量成绩,离不开奇瑞捷豹路虎五重体系实力的驱动。

作为汽车生产制造的大本营,工厂品质在很大程度上决定着汽车的品质。奇瑞捷豹路虎有着成熟的制造体系,为奇瑞捷豹路虎全球样板工厂的重要组成部分,奇瑞捷豹路虎常熟工厂诠释了高度智能化的前瞻技术,并进一步突破和创新人文环保理念。

在全新路发现运动版P300e的制造过程中,针对PHEV部件的特殊需求,常熟工厂再次升级智能制造及品控管理体系。深度应用大数据及工业物联网,实现高压零部件的制造全过程数据追溯。新增六大安全规则测试点,对车辆进行100%的检测。增加在线NEV(新能源汽车)的设备检测以及涉水检查,进一步保障整车质量。

除了在生产制造领域严格把关外,奇瑞捷豹路虎还建立了完整、严苛的公司质量管理体系,汇集全球领先的硬件设施和生产工艺,执行全球统一

标准,携手行业合作伙伴,为中国消费者提供全球领先的高品质产品。

值得注意的是,奇瑞捷豹路虎研发体系构建了从产品规划、造型设计、项目管理、流程及系统,到工程开发、车辆试制试验和认证的整车研发全业务链能力,以及改善排放及发动机性能和新能源开发的能力,形成了成熟完善的项目管理体系和配套研发管理流程及系统。

目前,奇瑞捷豹路虎研发体系有产品设计、产品开发工程、产品开发交付、产品开发运营、项目管理、业务办公室等多个功能块。产品开发团队共有工程师500余名,均具备丰富的产品设计、开发及工程测试从业经验。

与此同时,遵循全球统一的零部件采购标准和流程,奇瑞捷豹路虎还建立了完整的审核、培训、技术咨询等供应质量管理体系和采购体系,选择高品质的国内外优秀供应商合作,开创并保持和供应商共赢的战略合作伙伴关系,

从2012年成立至今,作为国产豪华品牌的后来者,奇瑞捷豹路虎迅速在中国市场站稳了脚跟,并且创造了一系列令行业惊叹的发展速度,完成了“从无到有”和“从有到优”的转变。

时间勾勒出新的年轮,站在2020年的第四季度,回首过去,从全新一代路虎揽胜极光、全新路虎发现运动版、到捷豹XFL、全新捷豹XEL和捷豹E-PACE,8岁的奇瑞捷豹路虎在中国市场推出了一款又一款经典、潮流的车型。

今年的北京国际车展上,奇瑞捷豹路虎首款新能源车型——全新路虎发现运动版P300e正式与消费者们见面,这也标志着奇瑞捷豹路虎在中国汽车市场的又一里程碑时刻。

快速发展,推出新品的背后,则是奇瑞捷豹路虎扎根中国本土,聆听“中国声音”,不断建设完善发展体系的缩影。

奇瑞捷豹路虎不仅拥有世界一流水平的整车和发动机制造基地,以及完善的自主整车开发能力,更积极发挥其完善的运营管理体系优势,践行不断向中国市场提供全球一流品质的产品和服务的承诺。

从而确保合资公司的产品拥有全球一流品质,树立中国高端汽车国产化零部件质量新标杆。

目前,奇瑞捷豹路虎已与2000余家国内外一流供应商建立了良好的合作关系。

此外,奇瑞捷豹路虎还建立了真正意义上的全球化供应链,不仅能够协调来自英国和其他欧洲国家的零部件供应,也能够协调来自中国本土的零部件供应,进一步深化了本土化战略,并提升了产品的品质。

也正是在制造、质量、研发、采购和物流五方面的成熟体系,让奇瑞捷豹路虎有了进一步发展的底气和实力,凭借五重体系的加持,奇瑞捷豹路虎在华快速布局发展,进一步提升产品实力和品质。

全方位聆听 中国声音

从去年开始,中国汽车市场销量进入下行期。诸如“车市寒冬”“销量失色”等词语成为车市的流行语。但出色的销量成绩表明,奇瑞捷豹路虎面对这样的市场变化和调整已经做好了充足的准备。

一直以来,奇瑞捷豹路虎以全球体系实力融合本土化声音,持续创新产品形态,深化双品牌布局,不断引领消费市场,为中国消费者打造超越期待的纯正英伦体验。

更重要的是,奇瑞捷豹路虎不断聆听“中国声音”,将中国消费者对于产

品、服务和品牌方面的需求和意见第一时间反馈到英国,并将收集到的信息应用于相关车型的研发和政策制定中。这样的机制不仅能够给奇瑞捷豹路虎紧跟发展的脉搏进行调整,也让他更懂中国。

如今,中国汽车市场已经是全球新能源汽车发展的高地。凭借对于中国市场发展的预判和消费需求的洞察,奇瑞捷豹路虎积极响应国内政策及市场需求,其首款新能源车型全新路虎发现运动版P300e的到来,已使其在新能源战略层面走出了坚实一步。未来,奇瑞捷豹路虎还将持续推动电气化进程并推出产品,为品牌展开新一轮攻势注入源源动力。

除了在产品战略层面践行本土化战略外,针对疫情下的经销商发展情况,奇瑞捷豹路虎实施减免月度考核和提供库存补贴等一系列减负政策,减压政策,旨在为所有经销商伙伴提供更强有力支持,携手对抗疫情。

此外,奇瑞捷豹路虎还在社区融入、扶贫助学、环境保护等方面积极探索,践行一个企业公民应尽的责任。未来,奇瑞捷豹路虎还将继续在可持续发展道路上前行。

如今,成立8年来奇瑞捷豹路虎稳健发展,形成世界领先的卓越制造体系实力,建成捷豹路虎全球样板工厂,完成了研发、采购、制造、质量、营销、人才体系的建立和完善,目前已经迈入以“智能+”为主要特征的高速发展新阶段。

