## <u>温,构選兼姤缃,是温,述鏃ユ湰鏂伴椈鏃朵簨</u>

市场竞争加剧 看自主品牌如何突破2008

汽车

浣滆

鍙戝竷浜庯細2008/01/28 12:13

## 新军稳中求进 老兵忙于转型

稳中求进助江淮轿车起飞

1月17日,江淮轿车生产基地落成典礼暨宾悦轿车批量下线仪式在合肥隆重举行。这一天距2007 年1月17日江淮轿车项目获得国家发改委核准,整整一年。

宾悦

宾悦(资料图片)

作为国内商用车领域的老牌企业,江淮拥有44年造车经验,但在轿车领域还是新兵。江淮轿车公司总经理严刚对记者直言不讳:"我们造轿车最大的劣势就是新,我们是新进入轿车领域的企业,又是全新的产品。"

正是认识到自身的这种劣势,江淮在轿车自主创新的道路上走得格外稳重。无论是产品设计、生 产,还是营销网络建设、管理,江淮都做足了准备工作,力求做到最好。

其实,从江淮第一款轿车宾悦定位在中级车这个领域就已经看出,江淮走的是一条与多数自主品牌企业以微型轿车和经济型轿车起家不同的发展道路。从产品到服务,江淮都站在了一个全新的高起点上,开辟了轿车营销的新模式。

福田汽车打造核心竞争力

"福田汽车要从战略增长走向能力增长。"这是福田汽车总经理王金玉在2008年福田汽车商务年会上为福田汽车发展确定的方向。

福田汽车发展的十一年,恰逢中国汽车行业大发展时期。这期间,福田实现了从农用车向大型商 用车企业的转型。如今,福田汽车销量累计突破220万辆,成为我国商用车迅速崛起的代表企业。

然而发展壮大的自主品牌今后该如何发展,这是汽车行业人员不得不思考的命题。"从战略增长 走向能力增长"为这一命题提供了一个答案。

"虽然我们的产销量已经位列全球商用车领域第二位,但在质量和技术上与国际企业还有差距。 再过5~10年,我们不仅要在销量上位于世界前列,质量和技术水平也要接近或超过世界一流水平。这样,我们的商业价值才会高,才会有更高的利润率。"福田汽车新闻发言人赵景光告诉记者。

2008奇瑞快乐转型

"和谐和顺,携手08。"奇瑞董事长、总经理尹同耀在奇瑞1月14日召开的商务大会上宣布,2008年奇瑞市场销量总目标为48万辆,其中国内销售目标为30万辆,海外销售18万辆。

自去年9月以来,奇瑞一直在为转型而努力。在大多数人看来,转型是痛苦的,但在尹同耀看来, 奇瑞的转型并不痛苦。在年底没有压库和降价的情况下,奇瑞仍销售38.1万辆,离既定目标仅有1.2万 辆的差距,"这让我们收获了信心。"

2007年8月22日,奇瑞汽车第100万辆下线,这不仅将自主品牌汽车带入百万辆俱乐部,也使奇瑞的发展从"通过自主创新打造自主品牌"的第一阶段,跨越到"继续坚持开放创新、打造自主国际名牌"的第二阶段。这一阶段奇瑞着眼全球,积极开展国际合作,创新合作模式,提升全球竞争力。

中国汽车产销今年有望突破1000万辆,但中国汽车业的希望在于自主品牌。作为自主创新的企业 领军人,尹同耀深知自己的责任和使命。