

## 高端访谈

5月初,一汽马自达阿特兹和一汽奔腾B70相继上市,近日,一汽马自达首款国产SUV车型Mazda CX-7宣布下线。一汽轿车股份有限公司在短短的两个月间动作频频,使得人们的眼光不得不投向其掌门人一汽轿车股份有限公司总经理安铁成。在外人看来他是个“多面人”,外表成熟儒雅却有着与时代合拍的年轻心态;在执掌一汽大众和一汽轿车期间,成绩斐然却不事张扬,面对骄人的销售数据,他并不满足,说不求增长,只求成长。

现代快报记者 徐悦 涂慧文 倪泳



现代快报记者与安铁成(左)合影

# 多面安铁成

## 安 儒雅的总经理

安者,定也。看起来安静儒雅的安铁成,却有着为一汽轿车稳定市场的魄力。

2004年,一汽大众市场表现开始走低,安铁成于2005年12月出任一汽大众汽车有限公司的总经理,可谓是“临危受命”,局面在2006年以后得到了扭转,2012年,一汽大众销量完成了从30万拉升到130万的创举,他最终交出了一份漂亮的答卷。2013年4月,安铁成就任一汽轿车股份有限公司总经理,主管红旗、奔腾、欧朗3个一汽自主车型和马自达。在红旗、马自达、奔腾中,近几年红旗虽受到政府采购的支持,但由于政府公务用车市场目前还很小,红旗的销售并没有释放出来。安铁成的这次调任被赋予了强烈的期望——扭转红旗的被动局面,承担红旗的复兴重任。在经过大量分析调研后安铁成认为,复兴红旗品牌重于销量目标。以“国车”为宣传基调的红旗,只有在私人市场取得成功,不再依赖于政府采购,才是真正的成功。为此一汽轿车投资逾16亿元为红旗建立专属高档车生产制造基地,在引进

大量先进设备工装和大批高素质员工队伍的前提下,工厂具备年产3万辆的规模,为未来的发展留下了足够的空间。安铁成回忆说:“这一年多来的困难,比我想象的还要多。”

虽然他没有细说这一年多来的甘苦,但人们从一连串数据中不难体会到,巨大的变化背后付出的汗水和艰辛。2013年一汽轿车全年销售24.84万台车,同比增幅达到34.8%,其中自主品牌销售12.78万台,同比增幅高达68%,这样的增速延续到了2014年上半年,一汽轿车的销售增速远高于行业平均水平。

每当出席公众场合,安铁成总是一套笔挺的西装,雪白的衬衫配领带,鼻上一副金丝眼镜——儒雅,是安铁成给人的第一印象。他用“Open”来形容自己的管理风格。与他见面甚至都不需要预约,只要他的办公室开着门,任何人都随时可以进来沟通,“只要有时间有机会,大家就应该多沟通。”

我们需要汽车行业各类出色商家,为庞大的“天翼·现代快报车友会”会员推送优质服务信息,倾力打造江苏范围的大型汽车服务商家联盟体系,范围涵盖江苏55个城市以及周边区域,覆盖汽车服务全领域,认证商家必须理解“天翼·现代快报车友会”的文化与精神,以实惠的价格和良好的态度为会员提供优质的服务。

### 商家回馈:

最有公信力的媒体平台——现代快报挂牌认证  
天翼·现代快报车友会APP地图导入  
天翼·现代快报车友会公众微信平台地图导入  
20万江苏车友导航预约到店消费  
空前力度促销活动支持,现代快报、江苏号百各平台免费推广

天翼·现代快报车友会认证商家

# 招募令

首批限招2000家商户免费加入 现代快报、江苏号百联袂推送

### 招募对象:

洗车美容	汽车装饰	汽车养护
汽车改装	饰品销售	车身快修
专业维修	汽车配件	保险代办
汽车救援	检测站	汽车影像系统

### 招募城市:

江苏省范围

### 报名方式:

拨打025-58598177、18001584399、96060报名

## 铁 成熟的“年轻人”

铁者,坚强不屈也。“知天命”的安铁成不屈于年龄压力,如同一个有活力的年轻人,以坚定之心引领一汽轿车前行。

1963年,安铁成出生于吉林四平,如今已过了“知天命”的年纪。他也是老“一汽人”。1984年从吉林工学院毕业后,安铁成被分配到一汽工作,至今整整30年。在一汽车身厂工作15年之后,他出任一汽大众规划部部长,从这里,他开始参与一汽大众的重大决策,为后来担任一汽大众总经理打下了基础。

已过“知天命”年纪的安铁成,在很多人眼中却是一汽管理层中的那个“年轻人”。他是激情派主帅,和年轻人一样热爱一切有活力的事物。安铁成爱开车,更爱开快车,喜欢运动元素多一些的车型。他爱运动,爱看足球,最喜欢的球队是拜仁慕尼黑;爱打羽毛球,在一汽大众规划部工作时,安铁成组织的羽毛球队装备堪比国家队;他对新兴科技也有着浓厚兴趣,关注的范围从汽

车到IT。

一汽大众有着中国唯一成熟的豪华车制造基地;全面导入全数字化管理,实现了全数字化生产,揭开了第三次工业革命在汽车业的帷幕;长春工厂的产能达到历史最高位,结合成都、佛山,形成了互相支撑的市场布局。反观一汽大众在安铁成带领下的发展,不难看出,这位“年轻人”实际上踏踏实实地完成了一套营销体系和自主研发的制造体系。

“你向往天空中的彩虹,不如相信自己脚下的路。”安铁成说,这是他最喜欢的一句朦胧诗,这句话直到现在还影响着。一个人只有踏踏实实地把自己能看到的、应该做的事情做好,就肯定会有所成就,就会得到快乐。”

成者,成长也。安铁成认为,一汽轿车的成功不是销售增长,而是企业成长。

## 成 要成长,不单是增长

“负责任的企业理念和商业上的成功构成一枚硬币的两面,是对立统一的。”的确,对如今的一汽轿车来说,产品的成熟度不是问题,品牌理念才是关键。

无论是在一汽大众的时代,还是在一汽轿车履职的这一年多以来,安铁成都交出了漂亮销售数据作为对其工作的一个量化考核结果。然而,这还不足以达到安铁成的追求,“要成长,而不单是增长”,也贯穿着他在一汽企业理念的理解。

一汽马自达曾10年只靠一款车打天下,这在竞争激烈的车市是不可想象的。阿特兹的出现让一马拓展了产品线,随着CX-7在月底正式上市,一汽马自达的产品愈加丰富,给这个老品牌赋予了新生命,这可以说是安铁成上任后的大手笔。

安铁成擅长体系建设。“完成七大体系、三大资源和两大平台的建设是支撑一汽轿车未来发展的关键战略。”他认为,包括营销体系、研发体系、采购体系、质保体系、生产流程以及制造控制的能力建设,是支撑一汽轿车后续发展的关键所在。

也正是基于这样的战略,安铁成雄心勃勃地提出了他的战略目标:到2018年,做到销量领先、品牌领先、满意度领先,品牌溢价能力第一。

品牌的成长超越数据的增长,安铁成的每一项战略都是瞄准一汽轿车的品牌力提升而确定的。实际上,在安铁成的带领下,一汽轿车并未在低端市场进行厮杀,而是直接挑战合资阵营,在夺回失地的商战中一枝独秀。

## 数字安铁成

### 130万

2005.12-2013.04安铁成一汽-大众汽车有限公司总经理,将一汽大众的销量从30万辆拉升到130万辆。

### 68%

2013.04至今,安铁成一汽轿车股份有限公司总经理。2013年,一汽轿车全年销售了24.84万台车,同比增幅达到34.8%。其中,自主品牌实现销售12.78万辆,同比增幅68%。

### 1

安铁成表示:“现在追求的不是上量而是打品牌和拼服务,希望各

经销商在服务满意度方面不断进取,不断提升,争取做到排名第一。”

### 40万

2014年3月,安铁成宣布:“到2018年,奔腾品牌能实现产销40万辆的目标,同时我们要实现总的战略目标:销量领先、品牌领先和满意度领先,即品牌溢价能力、销售满意度和服务满意度在自主品牌当中排名第一。”

### 1、3、6

2014年3月,安铁成表示,一汽轿车将保每年一款新车,每款车型3年一改款,6年一换代的频次重新布局市场。

## 车市动态

### 东风柳汽首款轿车景逸S50下线

7月9日,东风柳汽产能达20万辆的柳东乘用车基地一期项目竣工投产,同时举办了东风柳汽首款轿车景逸S50的下线仪式及B+发动机工厂奠基仪式。

景逸S50以A+级别的产品标准进入A级家轿市场。超越同级的安全标准、媲美B级车的宽适大空间以及大气动感的外观是景逸S50的主要亮点,该车将在8月底正式上市。

### 新思域亮相南京

新思域日前在南京地区上市。思域作为追求个性,始终坚持运动的经典车型,在全球赢得了超过2200万车主的青睐。

思域高动力与低油耗的完美融

合让人惊叹。在北美,思域在2012年、2013年,分别位列汽车销量排行榜前茅。自2006年进入中国以来,思域创造了1.8L市场No.1的销量业绩,成为1.8L中级车精品。