

# 体验新帝豪市场战略转型

## 车手学院

8月29日,吉利新帝豪在成都车展再次亮相——每天订单100台,这款汽车作为吉利汽车战略转型和“品质吉利”的代表作,颇受市场关注。前期吉利车手学院线下活动的招募举行和近距离试乘试驾的体验,给客户留下了深刻的印象。

9月13日,新帝豪进一步加大在全国的重点宣传,在大连试车现场,令人印象最深刻的是,这款车无论在品质、工艺、造型、动力,还是在车联网技术等方面均发生了本质性飞跃。新帝豪的上市,标志着吉利汽车在核心技术和智能科技上新的突破,进一步凸现吉利汽车产品的市场竞争力。

## 85后特色

新帝豪是一款具有鲜明85后特色的车,配置了智能车载系统、G-link吉利手机交互系统和WIFI等时下热点配置,旨在给渴望展现自我的都市青年带来生活新理念和开车的乐趣,更倾向目前主流年轻消费群体的口味和偏爱。

特别是新帝豪搭载了吉利自主研发的首款1.3T涡轮增压发动机,它集成尖端涡轮增压技术,进排气双VVT技术,正时链条免维护技术等于一身,具备高性能、轻量化、超耐久、低油耗的优异特质;发动机最大功率98kW,峰值扭矩达到185Nm,最高车速可达195km/h,高效的

动力输出领先同侪,百公里综合油耗手动挡和自动挡分别为5.7L和5.9L。

T动力、T科技,是此次新帝豪最核心的竞争力,满足了城市年轻主流消费人群对动力、智能的需求,代表了吉利技术体系的完善和进步,使新帝豪在竞争白热化的汽车市场上更具实力和优势。新帝豪是吉利汽车承前启后的一款核心产品,承载着吉利汽车下半年的销售压力,竞争力不可小觑。

## 握紧拳头

孙晓东认为,自主品牌低质低价的时代已经过去了,随着消费的升级,未来中国入门级的产品会越来越往高处走。孙晓东透露,新帝豪价格为6.98万元至10.03万元,未来吉利推出的新产品,会比这个定位更高。

此外,吉利收购沃尔沃后,正紧锣密鼓融合,未来随着沃尔沃技术的导入,吉利将打造更加有“刺激感”的产品。与合资企业相比,自主品牌由于溢价能力低,营销费用也相应要少得多。如何将有限的资源利用足,吉利必须握紧拳头集中资源。新帝豪“五年磨一剑”,为了新帝豪上市,已将营销资源都调到这款车上,孙晓东如是说。

大背景是吉利已将帝豪、全球鹰、英伦三个子品牌汇聚为一个新吉利品牌。将主打5个产品系列,产品定位从高端产品到低端产品系列分别为:KC系列、帝豪系列、远景系列、金刚系列和熊猫系列。将原来以五大片区为经营主体的组

织架构调整为以产品线为经营主体的架构。吉利将产品线划分为四个经营体,包括中级车、SUV、金刚和KC各一个,每个经营体负责人各自对分管的产品负责,从产品上市前的定位、市场分析,到定价,到媒体选择,最后到产品销售和上市后的跟踪、数据采集和策略调整。集中到产品负责人手中,统一规划,统一管理,集中精力打造品牌。

网络整合带来的阵痛,使吉利面临了产品和渠道的双重压力,尽管影响了吉利的短期业绩,但吉利现阶段必须握紧拳头。只有经过痛苦的变革,才能形成自主的希望。尤其吉利在山东市场的销量已超过长城和长安。与网络整顿同时进行的还有经销商能力的提升,吉利计划利用三年时间,将1000多家经销商整顿到800家——专门派销售团队驻店,提高经销商能力。从而使吉利在各个市场提升占有率,进而进入到吉利相对薄弱的一二线城市。吉利不仅仅停留在三线以下城市,如果进入不到主流城市,永远都称不上成功。合资品牌为了扩大销量价格下探、渠道下沉,吉利一定要逆势而上。这是新帝豪与沃尔沃必须握紧双拳对应内外市场的有力布局。

## 集中资源

目前,渠道整合的第一阶段已经完成,吉利汽车已初步将此前的三个品牌经销商网络整合到了一个体系之中。今年将有600家经销商店面统一更换吉利的新标志。吉利的目标是打造全国最好

主笔:祝虹



的经销商网络。

吉利汽车之所以发展潜力巨大,一个重要的原因就是因为它拥有技术上的积累,可与有近百年历史的沃尔沃汽车进行有效的信息交流,GX7这款车的开发过程曾邀请沃尔沃进行技术评估,沃尔沃方面提出了一百多项改进建议,而其中的绝大部分都被采用了。

在强化一个品牌后,吉利旗下的三个子品牌的经销商渠道将逐步整合,统一成为吉利品牌经销商,这个过程还需要更多的时间去磨合和运作。

8月26日,沃尔沃在瑞典发布被吉利收购后的首款新车型——新一代XC90。尽管,李书福未亮相新车发布,但他的灵魂无处不在。李书福说,沃尔沃向更高端更豪华走,方向走对了,终于有了更高一级的产品。外媒的普遍评价是:沃尔沃有了跟竞争对手匹配的产品。

从新帝豪背后的一个品牌的战略到网络渠道的割肉整合和营销观念的泣血再生,再到与沃尔沃平台技术的磨合沟通,又到新帝豪车手学院的鲜活体验试驾与成都区域率先上市,吉利的战略转型无处不在——松下幸之助当年对访问日本的邓小平说过:搞经济建设必须要有千锤百炼的孙悟空的精神,这既是体现自主真刀真枪的能力,又是通过炼狱塑造体系。

# 上海通用北盛三期新工厂为雪佛兰全新一代科鲁兹“保驾护航”

## 以“高标准”打造“极佳品质”



雪佛兰全新一代科鲁兹

### 关键词:严把品质“首道关”

冲压车间,作为生产制造的第一步,它是产品品质的首道关口。北盛三期新工厂冲压车间拥有2条高速全自动冲压生产线,1条全自动开卷落料生产线,最高冲次可达每分钟18次,可实现整线全自动化连续运转功能,具有成形性好、节能、噪音低等优点。两套先进的手动白光测量系统,利用光学成像的三维计量操作,对冲压件进行全尺寸的过程监控,保证了冲压件的质量。

在冲压件质量控制方面,线束收料人员100%对零件表面进行分区循环检查,对每100件还抽取1件进行全区域的表面质量检查,保证了高质量冲压件的生产。

完美的成形、精准的尺寸把控为后续车身造型打下了坚实基础,雪佛兰明星车型——全新一代科鲁兹所诠释的雪佛兰新一代设计理念“动感、精致、高效、创新”,由此开始了“北盛制造”展现之旅。

### 关键词:三高“高节拍、高自动化率、高柔性”

车身车间,它拥有目前国内先进的车

身生产线除了“三高”特点之外,随行工装、高速辊床、高密度补焊和涂胶、柔性滚边系统、视觉在线质量监控等一系列先进的工艺和设备及高达518台机器人数量为品质车身提供了强力保障。

雪佛兰全新一代科鲁兹的焊点总数为3,389,其中超高强钢焊点占58%。超高强钢的应用使车身强度增加,车身重量降低40公斤,在保障安全品质的同时,更能够有效降低油耗。

### 关键词:绿色环保

油漆车间采用了当今世界先进的绿色环保技术:国内首条薄膜磷化/高泳透力电泳线,可有效减少污染物排放,降低化学品的消耗;“三湿”水性喷涂工艺,车内表面全自动喷漆及循环风再利用等技术可有效降低挥发性有机化合物,并提高能源利用率;国内首创的裙边胶外观自动检测技术大大提高了生产效率,践行了企业“绿动未来”、可持续发展的企业理念。全自动内表面喷漆机器人则在提高了喷涂效率之外,更加保证了全新一代科鲁兹漆面的质量稳定性。

近日,在上海通用北盛汽车迎来了十周年生日之际,历时三年“精耕细作”的三期新工厂也正式投产。如今北盛汽车的产品涵盖别克、雪佛兰两大品牌、四大平台共六款车型,规划总产能达50万辆整车及45万台发动机。

今天,就让我们一起走进这座拥有世界领先生产工艺及制造技术的全新工厂,走进雪佛兰全新一代科鲁兹的诞生地。



上海通用北盛汽车三期新工厂-油漆车间

### 关键词:柔性生产、智能技术

总装车间严格执行质量体系与全球精益制造体系的标准,并充分运用全新的智能技术,有效提高了自动化程度和整体工艺水平,满足通用汽车全球生产工艺的要求

动态车辆测试设备程序可精确模拟汽车的动态传动、制动和控制系统性能的测试。该设备采用美国通用全球统一标准制造,它测试的所有数据全部上传通用数据库,终身保存。

雨淋检测:雨淋喷房将对每台车进行360个喷嘴90秒的强力水冲击测试,约5吨的喷水量,模拟世界上最大雨量的4倍,100%的测试率保障全新一代科鲁兹的密封性。

机器人涂胶系统首次采用通用汽车全球统一标准,使用机器人抓取玻璃进行涂胶作业,并配备3D视觉系统来完成胶型的质量检测,时时监控胶型的高度和宽度,使全新一代科鲁兹的玻璃安装质量稳定性得到进一步提高。

### 关键词:全球首产

动力总成车间是通用全球第一个量产最新一代Ecotec小排量发动机的生产车间。该系列发动机采用了中置直



上海通用北盛汽车三期新工厂-总装车间

喷自然吸气技术和中置智能直喷涡轮增压技术,可大幅提高燃油经济性和动力性,达到同级领先的动力和油耗表现,百公里油耗低至5.9L。

作为北盛新工厂投入生产的首款产品,雪佛兰全新一代科鲁兹基于通用汽车全球最新的产品架构而开发,集成了通用汽车全球优势资源和领先科技,在动力总成、燃油经济性、车身轻量化、底盘操控和人性化科技等方面都树立了同级的全新标杆。而北盛新工厂在生产工艺、制造和质量管理体系上所打造出的业界“高标准”,也成为雪佛兰全新一代科鲁兹高品质的强力保障。