

齐鲁车展二十周年巨献,对话车企高管⑤

东风日产陈昊:巅峰之上,再立丰碑

“2019年已经过半,国内汽车市场萧瑟依然,1-6月,狭义乘用车销量跌幅9.3%,截至6月销量已连续十二个月下滑,众多车企遭遇前所未有的困境。”

“沧海横流,方显英雄本色”,困境面前,不乏勇者逆势前行,东风日产就是其中之一。上半年,东风日产销量实现逆势增长。“保持自己的定性和理性,根据自己的判断做正确的事情,这对目前的东风日产格外重要。”齐鲁车展二十周年之际,本报记者对东风日产乘用车公司副总经理陈昊进行了专访,陈昊表示,随着第14代轩逸上市,东风日产将继续王者荣耀,巅峰之上,再立丰碑。



“在当下的中国汽车市场上,不要看谁跑得快,更多是看谁跑得远,跑得稳。”

东风日产乘用车公司副总经理 陈昊

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张子森

抓住市场,不给终端太大压力

上半年销量21.78万辆,同比增长8.7%,东风日产轩逸,一举夺下上半年轿车市场销量冠军,正是得益于轩逸等车型的热销,东风日产上半年总销量实现同比增长。官方数据显示,东风日产6月终端销量10.2万辆,同比增长0.8%,1-6月累计终端销量53.2万辆,同比增长0.3%,在目前的车市大环境下,这一数据难能可贵。

对目前车市的低迷和东风日产最近的表现,陈昊信心十足,陈昊认为,对东风日产来讲,汽车的产业链价值链太长,零部件供应、生产、销售、物流,是一个很复杂很系统的工程,必须谨慎乐观、务实评估后市的走势,根据自己的市场判断,做好产销平衡和生产计划、销售计划。

“要抓住市场机会,但不能给终端太大的压力。”目前的市场环境考验着每个汽车人对于市场的理解,对于行业的理解。陈昊表示,“在当下的中国汽车市场上,不要看谁跑得快,更多是看谁得远,跑得稳,东风日产这几年一直在稳健发展。”记者了解到,东风日产一直比较关心和经销商之间的关系,中国汽车经销商协会“经销商盈利能力和库存”表显示,东风日产的库存还是相对合理的,经销商处在盈利状态。

所有核心省市基本实现市占率增加

“中国车市目前最大的特点是存量搏杀。”陈昊表示,去年以来,中国车市各品牌表现出了较大的分化,豪华品牌在增长,日系份额在不断增加,已从去年上半年的19.9%到今年上半年上半年的22.7%,自主品牌和一些小众品牌被边缘化。

在汽车市场出现分化情况下,东风日产一直在稳健发展,上半年市场占有率达到了合资非豪华10.5%,其当家花旦轩逸表现出色,成为上半年轿

车市场销量冠军,逍客也非常成功,保持着15万价格区间SUV的第一名,骐达、蓝鸟的销量也不错,天籁环比也在急速上升。

“所有的占有率、销量不是凭空来的,都是一线经销商和区域销售人员扎扎实实、稳扎稳打,有效分析、资源投放,艰苦奋斗得来的。”据介绍,东风日产针对一些弱势的区域,内部开展了一城一策的销售攻坚计划,取得了不错的成绩,“从区域纬度来看,几乎全国所有的主要核心省市,东风日产基本上实现了占有率的增加,增幅虽然有高有低。”

下半年,东风日产将通过新老轩逸两逸齐飞,稳住最主流的家轿市场,持续保持强势地位,天籁尽快回到轨道上,继续对车型、对销售区域持续关注,尤其是跟经销商合作伙伴,力争让下半年的市场占有率百尺竿头,更进一步。

对市场保持乐观,下半年或回暖

在持续的销量下滑面前,中国车市已经风声鹤唳,唱衰声此起彼伏。对此,陈昊对东风日产,对中国车市有着自己的判断,“中国车市下半年会回暖。”陈昊认为,目前的新车市场表现差,除了市场低迷之外,也有一些非市场性的政策性因素,譬如国五切换国六的时间窗口,一些厂家准备不足,导致终端折扣非常大,客户购车情绪被抑制,引发市场终端出现了一些混乱。

陈昊认为,今年下半年,随着消费政策落地,汽车市场也会慢慢地回归到正常的状态。虽然从去年6月份开始,中国汽车市场开始步入下降,今年上半年国五清库,下半年国六实施,“相信七月份开始市场慢慢会得到好转。”陈昊乐观地表示。尤其从中长期阶段来看,中国汽车市场还是会保持稳步增长,“我们一直保持谨慎乐观的态度,规划自己的事。”

寻找短板,完善东风日产体系力

今年上半年,东风日产提出了“领势先行”的口号,陈昊

表示,“领势先行”首先是东风日产内部鼓舞士气的一个口号,公司达成100万辆以后,内部员工有一些懈怠和自满,“领势先行”就是希望大家能够奋起直追,目标要在中国汽车市场做到前三的位置。

陈昊表示,下半年,东风日产有一个很好的文化就是“反省文化”,对前期的工作进行反省回顾,什么是短板就开始补什么。“决定水桶装多少水的是最短的板,只有找到最短的那根板补,才能不断进步,不断完善体系力,会让我们不断成长。”谈到东风日产发展的现状和目标,陈昊异常清醒。

有目标才能超越,对于竞争对手,陈昊同样充满了尊重,“有两个品牌四个厂家是我们非常尊重的竞争对手,很多地方值得我们学习,这个行业也有两极分化,这对东风日产来讲,既是压力,也是机会,每一个企业和行业,任何一个时间点都会面临对手,重要的是我们自己要保持自己的定性和理性,根据自己的判断做正确的事情,这个对于现在的东风日产来讲更加重要。”

陈昊告诉记者,东风日产是一个服务型的企业,汽车本身的目的是为消费者提供更便捷、更舒适的生活,让客户感觉到幸福,本着这样的目的,东风日产才能和车主、消费者一起分享成功的喜悦。

后记

作为合资车和日系车的代表,东风日产这几年在济南“风生水起”。在济南地区,2019年东风日产第一季度销量同比去年同期增长了12.9%。2018年销量同比2017年增长7.9%。在东风日产的产品矩阵中,仅SUV就有楼兰、奇骏、逍客、劲客、途达五款,在山东也比较受欢迎。

齐鲁车展作为山东车市的一个主战场,无论在东风日产厂家还是经销商都是一个寸土必争的阵地,“东风日产在齐鲁车展上一直有着优异的销量表现,今年是齐鲁车展二十周年,我们预祝齐鲁车展越办越好,也预祝东风日产在今后的齐鲁车展上取得更好的销量。”对于齐鲁车展和东风日产,陈昊送上了深深的祝福。

上汽MAXUS中型SUV D60和皮卡T70上市

7月27日,一百多名上汽MAXUS皮卡和SUV新老车主齐聚一堂,共同见证了上汽MAXUS全民定制中型SUV D60和高端跨界皮卡T70“双星耀市”。



大通T70搭载了“上汽π”2.0T涡轮增压柴油发动机,最大功率120kW,峰值扭矩375N·m,极大提升了车辆的动力性能;全渐变式后簧,博格华纳电控分时智能四驱系统,伊顿机械自动差速锁,为T70打造出黄金四驱组合,轻松挑战驼峰上下坡。

对于有选择困难症的SUV车主而言,D60无疑是绝佳选择。从外观到内饰,都可以感受到D60为用户提供的多样化选择上满满的设计感。D60还拥有同级

最优尺寸和轴距,不仅外观更霸气,内部空间也更宽敞舒适,搭配全景天窗,给人豪车般的享受。个性化定制让用户能够完全依照自己的喜好需求定制出想象中的SUV。

一款是秉承国际基准打造而成,符合国六排放标准的跨界高端皮卡,一款是随心定制,专注打造驾趣体验的高颜值SUV,它们背后依托着上汽集团全球资源,为用户带来了前所未有的产品体验。(杨美玲)

广汽集团发布ADiGO(智驾互联)生态系统

7月28日,以“先人一步 智联万物”为主题的广汽智能科技大会在深圳举行。

大会上,广汽集团正式发布ADiGO(智驾互联)生态系统,该生态系统包含了ADiGO自动驾驶系统、ADiGO智能物联系统,未来还将陆续推出ADiGO云平台、ADiGO大数据平台等子系统;是一个由广汽主导,腾讯、华为等多个战略合作伙伴支持,自主研发的,集智能工厂生态、自动驾驶系统、物联系统于一身的智驾互联生态系统。

作为广汽集团在5G时代先人一步的科技落地成果,ADiGO智能物联系统融合了大数据、人工智能等世界级前沿技术,系统基于用户驾驶行为和使用场景,重新定义了信息框



架,让交互更前瞻,让驾驶更安全。ADiGO智能物联系统将搭载FACE ID、ADiGO E-plan、ADiGO Pilot增强现实仪表、ADiGO Space智能沉浸剧场、智能AI伙伴、ADiGO World生态养成游戏等核心功能。广汽新能源率先搭载该系统的是豪华智能超跑Aion LX,将于今年9月正式投产,为用户带来先人一步的智联移动生活体验。未来,ADiGO智能物联系统还将陆续搭载在广汽传祺的系列车型上。(张永森)

国机智骏汽车 山东媒体品鉴会收官

7月28日,“智行悦心”国机智骏汽车山东媒体品鉴会在济南圆满收官,本次品鉴会,国机智骏汽车带来了GX5、GC1、GC2三款新车,以出色的设计感,空间感和品质感诠释匠心质造的态度。作为国机智骏汽车首款纯电SUV车型,GX5外观造型圆润饱满,众星拱月前格栅、星耀LED前大灯与提琴式前雾灯组合而成的前脸极具辨识度。定位A0级纯电动两厢车的GC1保持了家族式的设计语言,车身线条简约流畅,充满张力。同样采用RAS底盘结构的GC2,拥有可爱灵动的车身造型和时尚炫彩双色车身,尽显年轻活力。GX5、GC1、GC2三款新车将于年内正式上市。



国机智骏汽车是由国机集团旗下国机汽车公司联合集团内外六家实力企业组建而成,于2017年3月正式进入新能源汽车行业。秉承“传承汽车文明、创新愉悦出行”的品牌使命,国机智骏汽车依托国机集团强大后盾,积极整合产业链优势资源,在短短两年中完成了千人团队组建、“三国五地”的全球化研发布局、五大平台车型同步开发,完成了年产10万辆电动汽车的智造基地建设,逐步建立起新能源汽车产业生态集群。(杨美玲)