

声音

将中国产零部件供应全球市场

访日产汽车公司副总裁、日产(中国)投资有限公司总经理木侯秀树

作为全球少数几个拥有零部件出口业务的整车企业,日产汽车在汽车零部件出口领域耕耘多年。总部位于中国北京的日产(中国)投资有限公司[以下简称“日产(中国)”]是日产汽车零部件出口业务的重要载体。

日产(中国)成立于2004年2月,由日产自动车株式会社100%持股,是日产汽车驻北京的全资

子公司。在日产汽车的全球运营、购买和出口有竞争力的中国制造等零部件等领域,日产(中国)扮演着重要的角色。

截至目前,日产(中国)零部件出口业务累计出口已达20万台集装箱,累计出口额达2万亿美元(约折合人民币1170亿元)。此前,日产(中国)零部件出口事业部用了10年的时间取得

累计出口1万亿日元(约折合人民币585亿元)、出口量10万台集装箱的成绩,而在此后的5年中,日产(中国)零部件出口业务加速发展,创造了出口额和出口集装箱数量翻番的成就,创造了“日产速度”。回顾日产(中国)零部件出口业务的发展历史,其已从15年前低附加值零部件出口起步,到大型和精密零部件的出口,步入了电

驱化零部件出口的进阶阶段。

近期,日产(中国)零部件出口事业开启15周年暨电驱化零部件出口启动仪式在上海举办。在启动仪式结束后,就日产(中国)零部件出口业务未来发展相关问题,《中国经营报》记者专访了日产汽车公司副总裁、日产(中国)投资有限公司总经理木侯秀树(Hideki Kimata)。

十五年厚积薄发

经过15年的发展和积累,依托日产汽车在华产销量的不断增长,以及中国汽车零部件产业综合竞争力的不断提升,日产(中国)零部件出口业务范围逐步扩大,目前已涉及全球19个国家,为44家雷诺-日产-三菱联盟工厂供货。

《中国经营报》:日产(中国)零部件出口业务从2006年开始到今年已历经15年的时间,15年来日产(中国)零部件出口业务增长迅速,也成为了日产(中国)在华最重要的业务板块之一。着眼未来,日产(中国)零部件出口业务对日产汽车在华业务的发展将起到哪些作用?

木侯秀树:零部件出口业务是日产(中国)重要的业务组成部分。2006年,日产(中国)正式启动零部件出口业务,利用日产汽车的全球资源和平台,以中国产零部件供应全球市场。

经过15年的发展和积累,依托日产汽车在华产销量的不断增长,以及中国汽车零部件产业综合竞争力的不断提升,日产(中国)零部件出口业务范围逐步扩大,目前已涉及全球19个国家,为44家雷诺-日产-三菱联盟工厂供货。

目前,中国制造的汽车零部件已经覆盖日产汽车全系主力车型,成为日产汽车全球生产体系的重要组成部分。未来,中国有望成为日产汽车全球最大的零件采购出口基地。

而随着电驱化零部件出口业务的启动与不断扩大,日产(中国)零部件出口业务将助力中国汽车零部件产业电驱化与智能化

的发展,也将为“日产智行(Nissan Intelligent Mobility)”在中国市场的全面落地作出贡献。

《中国经营报》:得益于日产(中国)零部件出口事业部多元化的渠道和过硬的管理,中国生产的汽车零部件产品销往全球。请问,在参与全球竞争中,来自中国的零部件供应商和商品有哪些优势?

木侯秀树:价格竞争力一直是中国汽车零部件产品的传统优势。得益于中国较低的劳动力成本以及中国高速自动化进程的加快,中国汽车零部件产品的成本优势不断提高。与此同时,近几年经过中国供应商的不懈努力,中国产汽车零部件的高品质以及较高的交付能力也在国际市场上具备很强的竞争力。目前销往全球的中国汽车零部件商品的不良率仅为百万分之四。与此同时,交货时间遵守率高达99.5%。

因此,在保持原有价格竞争力的基础上,中国汽车零部件产品品质和交付能力又均得到大幅改善,中国汽车零部件产品的综合竞争力得到进一步提升。日产汽车也将携手各位供应商伙伴,构建和谐共赢的关系,持续地推进产品质量提升以及质量变革,为全球市场提供更具竞争力的零部件产品。

《中国经营报》:日产(中国)

电驱化零部件出口

为满足全球汽车市场对高品质电驱化零部件产品的需求,支持雷诺-日产-三菱联盟电驱化战略的实施,日产(中国)零部件出口事业部将开启包括EV和e-POWER电池在内的电驱化零部件出口的全新业务。按照规划,到2024年,日产(中国)电驱化零部件出口额将占整体出口业务的30%。

《中国经营报》:随着行业向电驱化、智能化、自动化的发展趋势演变,日产(中国)零部件出口业务在结构上将相应产生哪些变化?

木侯秀树:回顾日产(中国)零部件出口业务的发展历史,我们从最初的低附加值零部件产品出口起步,到大型和精密零部件产品的出口,再到如今开启电驱化零部件的出口,日产(中国)零部件出口业务已经进入一个新的阶段。

值得注意的是,在汽车零部件产业往电驱化发展的同时,智能化也是其一大新的趋势,中国在全球汽车智能化的发展上一直领先全球。日产(中国)将携手中国的供应商合作伙伴,推动日产(中国)零部件出口业务向电驱化、智能化相

关高附加值零部件产品出口转变,比如推动车载电池模组及电池控制系统等新业务的出口。未来,日产(中国)零部件出口业务还存在着很大的潜力和可能性。

如今,全球汽车产业正在加速电驱化发展。为满足全球汽车市场对高品质电驱化零部件产品的需求,支持雷诺-日产-三菱联盟电驱化战略的实施,日产(中国)零部件出口事业部将开启包括EV和e-POWER电池在内的电驱化零部件出口的全新业务。按照规划,到2024年,日产(中国)电驱化零部件出口额将占整体出口业务的30%左右。

事实上,日产(中国)电驱化零部件出口业务已经运营了一段时间。早在2018年,中国知名锂离子电池模组厂商欣旺达

(300207.SZ)就成为日产e-POWER电池的定点生产商。在海外市场,日产劲客和日产逍客车型上搭载的正是该款电池。

通过创造多重附加值的零部件出口商业模式,日产(中国)将实现零部件出口业务的飞速发展,并探索出一条可持续发展之路。展望未来,日产汽车将继续与中国供应商紧密合作,提升中国供应商的综合竞争力,优化产品质量,提升成本竞争力,提高交付能力,以满足全球市场的需求。

《中国经营报》:今年1月,日产汽车制定了明确的碳中和时间表。请问,为达到碳中和目标,在环境贡献方面,日产(中国)零部件出口业务采取了哪些举措,目前取得了哪些成绩?

木侯秀树:今年1月,日产

汽车宣布到2050年整个集团的企业运营和产品生命周期实现碳中和,其战略领域即包括了进行生产工艺创新以提高汽车装配的生产力,提高能源和材料的使用效率,支持长期的碳中和目标。

日产(中国)零部件出口业务以日产汽车的可持续发展战略为基石,以安全与环保为重要支柱,在环境、社会和公司治理(ESG)三个领域全面构建绿色供应链,着眼于实现零部件出口业务的可持续发展。通过采用全球循环使用的包装容器、推进电动化设备的导入、推动向低碳运输模式的转换等各种活动,日产(中国)每年可实现减排12000吨以上二氧化碳,助力环境保护和社会的可持续发展。

应对疫情加强供应链管理

自日产(中国)零部件出口事业部成立以来,日产(中国)不仅着眼于零部件的采购和出口,更发掘了不少中国本地零部件供应商,来优化零部件设计、改善产品质量及生产物流的各个环节。

《中国经营报》:疫情对日产(中国)零部件出口业务产生了怎样的影响?日产(中国)采取了哪些措施?

木侯秀树:在疫情的影响下,日产(中国)零部件出口业务所涉人员以及相关物流均受到限制,整个零部件出口业务的供应链也受到了极大的冲击。然而,即便是在非常困难的情况下,日产(中国)也与日产汽车海外工厂、雷诺工厂以及欣旺达、主营汽车零部件及配件制造的广州东昇机械有限公司

等中国供应商保持紧密联系,以确保能够持续供货。

关于新冠肺炎疫情具体的应对和预防措施,自疫情发生以来,我们意识到危机管理能力,特别是供应链的危机管理能力的重要性,在日常的运营中,我们将注重这方面的提升。实际上,一直以来,日产汽车都非常重视供应链危机管理流程,我们将供应链危机管理流程标准化,建立了业务持续计划BCP(Business Continuity Plan)危机应对体系,以确保核

心业务经营的持续性。

具体成果包括:在疫情防控方面,日产(中国)全力以赴打好疫情防控攻坚战,确保员工身体健康和生命安全。疫情发生以来,我们做到了让日产(中国)零部件出口事业部员工、第三方物流员工及家庭“零感染”;在危机管理能力方面,我们实现迅速应对,使企业经营额外成本最小化,零部件产品运输空运费相比预期降低了84%;并进一步升级BCP管理体系,保障持续供货。

实际上,在日常经营中,日产(中国)便十分注重供应链管理。自日产(中国)零部件出口事业部成立以来,日产(中国)不仅着眼于零部件的采购和出口,更发掘了不少中国本地零部件供应商,来优化零部件设计、改善产品质量及生产物流的各个环节。不仅如此,为保障和提升零部件供应商的整体供应能力,日产(中国)提供多种物流解决方案,建立了强大货代和高效物流链,确保全球供应。

老板秘籍



中国零部件供应商和商品有哪些优势?

1

价格竞争力一直是中国汽车零部件产品的传统优势。得益于中国较低的劳动力成本以及中国高速自动化进程的加快,中国汽车零部件产品的成本优势不断提高。与此同时,近几年经过中国供应商的不懈努力,中国产汽车零部件的高品质以及较高的交付能力也在国际市场上具备很强的竞争力。目前销往全球的中国汽车零部件商品的不良率仅为百万分之四。与此同时,交货时间遵守率高达99.5%。

因此,在保持原有价格竞争力的基础上,中国汽车零部件产品品质和交付能力又均得到大幅改善,中国汽车零部件产品的综合竞争力得到进一步提升。日产汽车也将携手各位供应商伙伴,构建和谐共赢的关系,持续地推进产品质量提升以及质量变革,为全球市场提供更具竞争力的零部件产品。

日产汽车如何达到碳中和目标?

2

今年1月,日产汽车宣布到2050年整个集团的企业运营和产品生命周期实现碳中和,其战略领域即包括了进行生产工艺创新以提高汽车装配的生产力,提高能源和材料的使用效率,支持长期的碳中和目标。

日产(中国)零部件出口业务以日产汽车的可持续发展战略为基石,以安全与环保为重要支柱,在环境、社会和公司治理(ESG)三个领域全面构建绿色供应链,着眼于实现零部件出口业务的可持续发展。通过采用全球循环使用的包装容器、推进电动化设备的导入、推动向低碳运输模式的转换等各种活动,日产(中国)每年可实现减排12000吨以上二氧化碳,助力环境保护和社会的可持续发展。

深度

积极拥抱“新四化”变局

汽车零部件是汽车工业的基础。当前,汽车“新四化”正在重塑汽车产业链格局,这样的发展背景为零部件企业带来了新的发展机遇。新的风向之下,汽车零部件企业应重新审视自己的业务,转变企业发展方式。

很显然,日产(中国)意识到了这一点。木侯秀树在采访中告诉记者,当前,全球汽车产业正在加速电驱化发展。为满足全球汽车市场对高品质电驱化零部件产品的需求,日产(中国)零部件出口业务将向电驱化、智能化相关高附加值零部件产品出口转变,比如推动车载电池模组及电池控制系统等新业务的出口。具体而言,日产(中国)零部件出口事业部将开启包括EV和e-POWER电池在内的电驱化零部件出口的全新业务。日产(中国)计划,到2024年,日产(中国)电驱化零部件出口额将占整体出口业务的30%左右。

实际上,面向“新四化”,无论是在汽车零部件业务领域,还是在整车业务领域,日产汽车都已做好了准备。

实现碳中和目标是日产汽车未来30年企业经营的重心。按照规划,到2030年代初,日产汽车将通过e-POWER和纯电动汽车两种路线在核心市场(北美、日本、欧洲以及中国市场)新车型方面实现100%电驱化;到2050年,日产汽车将实现整个集团的企业运营和产品全生命周期的碳中和。

为实现碳中和目标,日产汽车方面表示,其将在以下四个具体领域进行创新:第一,通过固态电池和相关电池技术创新,开发具有成本竞争力和高效能的电动车型;第二,深入开发日产e-POWER动力总成,实现更高的能效;第三,开发电池生态系统,为使用可再生能源的建筑物提供分散式发电,同时,将加强与能源部门的合作,支持电网脱碳;第四,从“日产智能工厂”开始,进行生产工艺创新以提高汽车装配的生产力,努力提高能源和材料的使用效率。

日产汽车创立至今已经走过近90年岁月。在新的发展浪潮下,这家老牌汽车制造商并未踟躇不前,而是在不断寻找新的发展密钥。这把密钥便是向电动化转型。

处于当今这个极速变革的时代,日产汽车已深谙不进则退,唯变不破的道理。去年,日产发布了名为“Nissan NEXT”的计划,转型重点聚焦在电动化及智能驾驶等方面,且日产汽车将中国作为该计划的重要战场。根据日产汽车计划,其到2025年将向中国导入9款电驱化车型,包含纯电动车型及e-POWER车型。其实不只中国市场,日产汽车已在其北美、日本、欧洲等核心市场全面开始了电动化转型。属于日产汽车的时代仍未过去。

本版文章均由本报记者尹丽梅撰写