

共建“一带一路”

长安汽车深耕“一带一路”：60 多国建 400 多家销售服务网点

本报记者 陈靖斌 广州报道

2023年是“一带一路”倡议提出10周年。“中国一带一路”网信息显示,截至今年6月,我国已与152个国家和32个国际组织签署了200余份共建“一带一路”合作文件。

作为“中国制造”的新名片,中

国新能源汽车也随着“一带一路”而加速了出海进程。据统计,今年上半年,中国汽车整车出口234.1万辆,同比增长76.9%,超过日本的202万辆,我国已成为全球第一大汽车出口国。

在这其中,长安汽车更是成为中国汽车海外出口头部品牌,在60

多个“一带一路”沿线国家建设了400

多家长安品牌汽车销售与服务网点。

北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清向《中国经营报》记者指出,长安汽车等中国知名制造业品牌通过“一带一路”加速出海是当前国内外经贸环境下的优选方案,也

应该成为优先战略。这不仅契合我国鼓励企业在“一带一路”沿线国家投资合作的政策背景,而且符合企业构建新型产业链供应链,强化市场支撑,增加核心竞争力的经营战略。同时,这还有利于增强中外交流,推进“一带一路”建设中的共商、共建、共享,实现合作共赢。

推动长安汽车走向全球

2013年,长安汽车成立长安俄罗斯公司,陆续将CS35、逸动、CS75、UNIK以及阿维塔11等经典产品带至俄罗斯市场。

长安汽车在“一带一路”的深耕布局上也并非一帆风顺。

以“一带一路”沿线国家沙特阿拉伯的布局为例,长安汽车相关负责人向记者介绍,在最初的起步阶段,长安汽车也面临了极大的消费者负面情绪困难。最初中国品牌在沙特推出时,由于没有全链条的销售经验、售后管理的能力较为低下、经销商的经验不足,导致沙特业务运营的失败,市场从而看低中国品牌。

“我们做出了很多努力。例如我们纳入‘精益化服务’核心战略,在上市初期就提供了5年15万公里的超长质保政策,后续UNI系列更是提供了6年20万公里的超长质保政策。此外我们不断推出服务类活动福利用户,树立‘值得信赖的中国品牌’。”长安汽车相关负责人表示。

得益于“精益化服务”以及树立“值得信赖的中国品牌”,长安汽车品牌也逐步赢得了沙特市场的信赖。“当前,我们在沙特市场累计用户已突破6万人,从年销量几百台到3万多台,年复合增长率达到了150%,也是首个进入沙特汽车市场前十的中国品牌。”长安汽车相关负责人表示。

而在“一带一路”倡议提出的10年期间,长安汽车积极参与“一带一路”建设,投资项目进展顺利。2013年,长安汽车成立长安俄罗斯公司,陆续将CS35、逸动、CS75、UNIK以及阿维塔11等经典产品带至俄罗斯市场。预计今年长安在俄罗斯市场销售汽车超过7万辆,年销售额超过10亿美元。

2019年,长安汽车与巴基斯坦玛斯特集团合资设立玛斯特长安,当前合资公司注册资本为22.5亿卢比,其中长安汽车出资3679万元,占比30%。玛斯特长安成为长安汽车海外基地投

资的首个“试验田”,为长安汽车全球化布局拉开了序幕。

2023年,国家正式批复长安汽车泰国基地项目。通过绿地投资泰国,拓展覆盖全球主流右舵区域市场以及东盟内部分左舵市场。

长安汽车在泰国设立了3家公司,制造公司、销售公司和零部件公司,建设整车制造基地,开展汽车及零部件的生产、销售和进出口业务。项目总投资19.6亿元,在泰国罗勇府伟华东海岸工业园购置土地,建设年产10万辆整车生产基地,计划于2024年4季度投产。依托此工厂,长安汽车每年会投放2-3款产品,除满足泰国及东盟市场的需求外,产品还将辐射澳洲、英国、南非等全球多个市场。

此外,长安汽车还在准备在欧洲设立长安汽车欧洲总部,在墨西哥、澳大利亚等市场继续设立营销机构,从而更好地推动长安汽车的产品走向全球。

宋向清指出,长安汽车借道“一带一路”出海开疆拓土,对国内新能源汽车产业链供应链的优化和再造具有积极作用和深远影响。“第一推进了中国新能源汽车产业链供应链的多元化,有利于规避部分不可控的市场或非市场因素,可以有效提高企业应对风险的能力。第二推进了中国新能源汽车人才队伍的国际化,有利于吸引国际一流新能源汽车研发、管理和营销人才,强化中国新能源汽车行业的全球竞争力。第三推进了中国新能源汽车原材料、零配件和产成品采购和销售渠道的网络化,有利于稳定新能源汽车长期可持续生产和经营。第四推进了中国新能源汽车行业管理现代化,有利于向全球同行业学习先进技术和经验,提升中国新能源汽车在全球市场的地位。”宋向清表示。

“共商共建共享”实践者与受益者

长安汽车始终与全球的合作伙伴一起,共建当地的汽车产业,共建长安汽车品牌。

在“新四化”的浪潮下,中国汽车品牌已经步入海外发展的“黄金十年”(2020—2030年),拓展海外市场不仅仅是为了简单的销量增长,而是作为推动中国汽车品牌走向世界,提升全球品牌影响力的重要手段。

长安汽车作为中国自主汽车品牌积极走向海外的代表之一,经过30余年的海外持续耕耘,长安汽车的足迹已遍布全球70多个国家,形成了包括中东北非、中南美、亚太等在内的多个重点万辆级核心区域市场。

“我们已构建起‘六国十地’的全球研发布局,建设有16个技术、产品研发中心,17家科技公司,拥有全球30个国籍的工程技术团队1.7万余人。”长安汽车相关负责人向记者介绍。

值得一提的是,在“一带一路”推动下,长安汽车已成为中国汽车海外出口头部品牌。

2022年长安出口量的90%来自“一带一路”沿线国家,产值超过120亿元。2023年上半年,长安汽车出口18万辆,在中国汽车出口企业中排名前三,预计全年出口有望突破30万辆。

长安汽车相关负责人向记者介绍,长安汽车之所以能作为“一带一路”倡议的实践者和受益者,也与其坚持“共商共建共享”原则密不可分。

“汽车产业是产业链最长、最复杂的产业,无论是在国内还是在国际,我们都将是‘共商共建共享’原则的最佳实践者和受益者。在共商方面,对于每一个市场,我们在进入之初,都会与当地



长安汽车全球研发中心。

本报资料室/图

的政府、使领馆、商会以及我们的合作伙伴们充分研讨,明确长安进入该市场的策略和路径;同时,每年底,我们都会充分地与我们全球的合作伙伴进行商讨,明确第二年的销售计划,确保大家能够心往一处想、劲往一处使。”长安汽车相关负责人表示。

在共建方面,长安汽车始终与全球的合作伙伴一起,共建当地的汽车产业,共建长安汽车品牌。

“在过去的实践经验中,长安汽车主要提供品牌、产品和技术,本地化合作伙伴则负责提供本地团队、渠道网络、资金链等,从而实现长安汽车在当地的销量提升、服务能力提升和品牌形象提升。”长安汽车相关负责人

告诉记者。

2019年,长安在巴基斯坦,与玛斯特集团共同合资建设的汽车工厂项目,已成为中巴经济走廊中双方共建“一带一路”的标志性项目。在短短的1年时间内,长安汽车和巴基斯坦合作方,共同实现了从工厂破土动工到顺利投产,在废墟上建起了一座现代化整车工厂,一举刷新当地的汽车工厂建设投产纪录。

此外,在共享方面,长安汽车始终与各合作伙伴共享劳动成果。

“例如在众多市场,长安汽车的崛起也带动了当地汽车产业的转型升级;众多合作伙伴也跟随长安汽车的发展,团队不断壮大,实力不断提升;长安汽车当然在此过程中,销量快速提升(从最初

的一两万台到如今的20万台级)、营收不断增加(收入规模即将突破200亿元,也从最初的亏损实现了盈利)、品牌实力更是逐步加强,以上都是我们践行共享原则的最好证明。”长安汽车相关负责人表示。

河南省商业经济学会副秘书长、郑州工程技术学院博士胡钰向记者表示,长安汽车抓住了“一带一路”建设的机会,快速实现了自身的品牌国际化和市场国际化,在“一带一路”国家实现自身市场的拓展、销售渠道的延伸和盈利能力的增强,长安汽车走出国内汽车产业竞争加剧的危机,通过“一带一路”走出一条国际化品牌发展之路,对于其他汽车品牌和产业发展具有借鉴意义。

问界新M7热销背后：华为智驾系统凸显优势

本报记者 陈靖斌 广州报道

AITO问界新M7自上市以来成为新能源汽车市场一颗“明珠”。

根据AITO问界官方发布的最新数据,改款问界新M7单日大定达到7000台。其中,10月5日大定3500台,10月6日大定超7000台。自9月12日发布至今,问界新M7累计大定已超过5万辆。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力向《中国经营报》记者指出,问界新M7之所以在双节期间成为爆款,首先得益于华为的品牌影响力和口碑,在消费者中具有一定的优势基础。其次,问界新M7在设计、配置和性能方面都具备吸引力,满足了消费者对于高品质、智能化的需求。此外,双节期间是人们购车的黄金时间段,消费者可能会倾向于购买新车来庆祝节日,从而推动了问界新M7的销量增长。

“对于华为汽车产业的发展,问界新M7的成功将进一步提升华为在汽车领域的知名度和市场份额,有助于推动华为在智能汽车领域的创新和发展。”朱克力表示。

销量“黑马”

在刚刚过去的中秋国庆假期,问界新M7一跃成为汽车市场的一匹黑马,大定(一般指预定且不退定金)量屡创新高。

华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案董事长余承东10月6日发了条朋友圈:9月12日新M7发布至今,首销大定超过5万辆,(10月5日、6日)问界新M7大定数量分别达到3500辆及7000辆,两天累计超过1万台。

余承东还在微博表达了对用户的感谢,“上市仅25天,问界新M7的大定已超过50000辆!非常感谢大家的支持与热爱!问界新M7为大家带来了大空间、大智慧、超安全的极致体验,特别是全球首

持续深入合作优势凸显

事实上,问界新M7之所以得以问世,也离不开赛力斯汽车与华为的深化合作。

今年2月,余承东在接受媒体采访时表示,智选模式下,受益最大的一定是与华为合作最早、积累最深、产品型号最丰富的赛力斯汽车。华为紧密合作的车企会在一年两年内率先走向盈利,并且会成为中国盈利最好的车企之一。

同月,赛力斯汽车与华为签署深化联合业务协议,华为终端发挥领先的市场和用户需求洞察能力,做好新产品定义;赛力斯汽车持续做好现有车型迭代演进,提升产品体验,同时面向未来推出全新平台。

创的华为全向防碰撞系统带来的智能安全能力,受到广大消费者的认可和欢迎。我们正全力以赴,加快高质量的海量交付。”

问界新M7发布以来,为何会赢得众多消费者青睐?赛力斯汽车相关负责人告诉记者,问界新M7是一款由赛力斯汽车与华为联合打造的豪华智慧中大型SUV,集合了双方在各自领域的独特优势,不仅以“大智慧、大空间、超安全”重新定义了中大型SUV的价值标准,还以更智能的体验与更具诚意价格打造了25万元级极致性价比。

余承东也在此前发布会现场宣称:“华为在问界新M7上重金投入5个亿,用了扎实的材料,最好的

在双方的持续深化合作下,今年以来AITO问界持续进行产品迭代创新。

5月第10万辆AITO问界下线刷新行业纪录,6月M5智驾版开启全国交付,9月新M7系列上市,除M5智驾版、新M7外,即将上市的AITO问界M9亦是AITO问界2023年的重头戏。与此同时,涉及销售、交付、服务等方面的用户体验也在全面优化升级。

6月底,为强化双方联合业务更加深入、紧密发展,赛力斯汽车与华为成立“AITO问界销服联合工作组”,自7月1日起全面负责营销、销售、交付、服务、渠道等业务端到端闭环管理。

技术,让它不仅成为‘智能座舱天花板’,还是‘智能驾驶天花板’,更是‘智能安全天花板’,在看不见和看得见的地方,为用户带来了比遥遥领先更领先的极致体验!”

事实上也确实如此,赛力斯汽车相关负责人向记者介绍,问界新M7搭载HUAWEI ADS 2.0高阶智能驾驶系统,率先实现了不依赖于高精地图的高速、城区高阶智能驾驶。预计在今年年底,城区智驾领航辅助(城区NCA)将实现全国都能开。

此外,HUAWEI ADS 2.0在融合BEV感知能力基础上,升级业界首创的GOD 2.0网络,可以识别通用障碍物白名单外的异形物体,障

碍物种类精细识别(如区分救护车、警车等),识别率高达99.9%;配合RCR 2.0道路拓扑推理网络,实现了导航地图和现实世界匹配。目前,“造车厂”也在全力以赴确保供应跟上脚步。赛力斯汽车相关负责人表示,为了尽早将爱车交付用户手中,赛力斯汽车智慧工厂在加速产能提升,严格品控管理,加强供应链保障,全力以赴保障新车的高质量交付。

同时,问界新M7作为AITO问界关键产品,被华为和赛力斯汽车寄予厚望。被问及问界新M7销量预期时,余承东表示:“希望它能承担起今年三成以上的销量任务,今年年底还会发布旗舰车型问界M9,在

领域可能还需要突破一些瓶颈和难点。

“智能驾驶技术的研发和应用需要满足严格的安全标准和法规要求,包括道路测试、数据隐私保护等方面。其次,智能驾驶技术的成本和可靠性也是需要解决的问题,如何在保证性能的前提下控制成本,并确保系统的稳定性和可靠性。此外,智能驾驶技术的推广和应用还需要与相关部门和行业进行合作,建立统一的标准和规范。”朱克力表示。

对此,朱克力建议,赛力斯汽车与华为加强技术研发和创新,与政府和行业进行合作,共同推动智能驾驶技术的发展与应用。

记者,依托赛力斯汽车与华为持续深入的合作,未来AITO问界车型将继续搭载更多华为黑科技,丰富AITO问界智慧豪华出行产品矩阵,满足用户多元场景出行需求。

“今年12月将如期而至的全景智慧旗舰SUV问界M9,不仅搭载了华为智能汽车全栈技术解决方案等硬核黑科技,更拥有全新家族化设计和媲美MPV级别的全尺寸百变空间,将为用户带来更高端的豪华智慧出行体验。”赛力斯汽车相关负责人表示。

尽管如此,赛力斯汽车与华为的合作仍任重道远。朱克力指出,赛力斯汽车与华为的合作在智驾