

# 江淮汽车:创新与坚守交织的微风皖韵

——上海车展看江淮汽车的变与不变

肖明 梅骅

历经过去一年的风雨洗礼,再次来到上海车展的江淮汽车(简称“江淮”,JAC),以一番脱胎换骨的全新风貌,向所有人展现了自己的蜕变与成熟。

江淮变了,无论是新和悦 RS,还是瑞风 S5、M5,40余种参展产品的庞大阵容,全面而又不失特色地宣告:十年不息的奋斗之后,JAC已然告别探索、积累的初级阶段,旗下产品与企业实力跃入以品质促品牌的2.0时代;江淮没有变,无论是乘用车五年或二十万公里的超长车身质保、“五星服务”保障体系的打造,还是进军汽车金融领域,无不向外界展示了一个全新的JAC:以品质为核心,始终将用户利益放第一位的营销理念,在经过挫折历练之后,没有出现丝毫的松动,反而更加自信、坚定与鲜明。

江淮汽车,在当下这个中国汽车产业承前启后的关键阶段,在自主品牌面临抉择的重大节点,向全世界献上了一曲创新与坚守交织的微风皖韵。

4月20日,2013(第十五届)上海国际汽车展览会揭开帷幕。作为国内知名的自主品牌主力厂商,江淮汽车以“诚品臻质·科技生活”为主题,携旗下全系40余款车型,向社会公众集中展示江淮汽车科技创新的成就和魅力。



瑞福德汽车金融有限公司开业仪式

延展阅读

## 和悦 RS:尽显“全能”之美

梅骅

人们总是青睐于轿车的低能耗、MPV的大空间和SUV的全路况,若将这三种不同汽车类型的最佳特点融为一体,成为一款极具魅力的全能商务轿车会是什么样呢?在4月20日的上海车展上,江淮乘用车新和悦RS的上市,向媒体和消费者揭示了这个问题。

作为和悦RS的全新升级力作,新和悦RS把握市场的发展趋势,基于已有客户的真实反馈开发而来,在造型、内饰、人性化配置等诸多方面实现了62项性能提升,兼具轿车的低能耗、MPV的大空间和SUV的全路况三大核心卖点,使其满足了消费者对于乘坐感受、商务接待、产品运输以及个性化等多方面的诉求。

首先,在直接关乎用车成本的油耗方面,新和悦RS1.5L和1.8L两款发动机燃油经济性都很出色,其中1.5L发动机曾获“中国芯”十佳发动机荣誉称号,以低油耗、低排放和高性能著称;而1.8L发动机,则是江淮动力品牌“Green-Jet锐捷特”旗下最新优化的4GA5发动机,从怠速800转开始到4800转同转速扭矩输出会高出20%。

既然是兼容了MPV的特性,新和悦RS的空间优势是显而易见的,轴距2710mm,长宽高达到4550×1775×1600mm,更令人惊喜的是新和悦RS可以轻松实现7座,外加独立座椅,带来了更多人性化储物空间以及具备折叠前翻功能的后排座椅,将新和悦RS的最大装载空间拓展到2100L,这个容量在同级别车型中优势明显。

尽管新和悦RS并不是传统意义上的“越野车”,但新和悦RS具有170mm的最小离地间隙,这要比一般城市SUV 160mm的离地间隙还要高。配合江淮五星底盘,前麦弗逊后纵臂双连杆四轮全独立悬架(带横向稳定杆和副车架)以及205/55R15的宽胎,使其通过性极佳,能够轻松应对各种复杂的路况。

江淮乘用车轿车营销公司总经理李建华表示:全新和悦RS正是奔着满足消费者多元化需求的价值体现而来,它的上市让消费者在轿车的低能耗、MPV的大空间和SUV的全路况之外有了新的选择,真正做到了商务和家庭兼顾、时尚和实用并重,成为家庭和企业的全能用车解决方案,也为两厢车的发展提供了新的思路。

## 5年/20万公里质保创业内新纪录

肖明

第15届上海车展4月20日开幕,江淮乘用车向媒体与公众正式发布了全系轿车“5年/20万公里的车身质保承诺”,同时为用户量身订制了“一家亲”五星服务保障体系。在汽车行业普遍产品质保期不超过3年/10万公里的情况下,江淮此举可谓是在众多汽车厂商中先拔头筹。

良好售后服务和质保,对于消费者来说,是企业对产品质量和权益保障的郑重承诺,同时也是企业参与市场竞争的利器。江淮乘用车给出“5年/20万公里的车身质保承诺”,不仅全面提升江淮服务体系的服务能力与服务品质,同时也从消费者利益保障层面上做到消费者权益的有效保障。

除了5年/20万公里车身质保以外,江淮乘用车还为用户量身订制了“一家亲”五星服务保障体系,提供1对1客户经理专人服务、24小时全天候服务热线、200公里流动服务支援以及100%纯正原厂配件供应等五星级服务体验。目前江淮乘用车已全面拉动供应链、制造体系和市场体系围绕“5年/20万公里超长质保期”进行能力建设。

业内人士认为,一方面,消费者权益日益得到重视,另一方面,相对于外资品牌,我国自主品牌本身的品牌力尚不足。企业需要将服务营销提升至品牌营销的战略层面,通过更加强大的服务体系,促进品牌美誉度和消费者忠诚度。此次江淮在上海车展发布的“5年/20万公里车身质保承诺”,意味着企业服务体系的升级,显示了其在提升自主品牌力方面的决心。

## 江淮商用车产品线再添新主力

肖梅

在2012年的众多不利局面面前,江淮汽车在努力拓展渠道、深挖资源的同时,将提升产品品质、推出更为完美的升级换代车型作为公司长足发展的重中之重。作为中国唯一一家集商用车、乘用车全系产品于一身的综合型汽车企业,江淮汽车已逐步发展形成了商用车、乘用车比翼齐飞的格局,产品线取得突破性进展。

2013年3月,江淮汽车首次邀请江淮商用车模走出国门,走进阿尔及利亚国际车展,向热情的非洲人民展现中国车模的骄人魅力,自此拉开了JAC商用车模海外市场的首次表演秀。

据悉,江淮汽车N721高端轻卡在本次上海车展期间举行的全球上市仪式,有来自100多个国家超过200人的国际经销商团队共同见证了这一历史性时刻。相信凭借这股强烈的新品登陆旋风,越来越多的JAC身影将会出现在非洲乃至世界的各个角落,JAC的国际事业将会步入新的纪元。

## 1 “造好车”的2.0时代

江淮之变,产品为先。

与过去以价格、销量为关键词相比,江淮以品质为核心的2.0时代,以塑造品牌为最大追求。品牌的涵义,实质是一种能够即时联想到的良好体验。江淮为自己的2.0时代提出“诚品臻质,科技生活”主题,显然是对这一概念的精准把握。

江淮的2.0时代,有着清晰准确的发展思路。以客户为导向的“瑞风+和悦”双品牌运营战略的确立,犹如铺下了两条坚固铁轨,采用全新自主动力技术平台的全新车型自此陆续驶上轨道,以强大的产品矩阵满足不同客户群体的全方位用车需求。本次车展,双品牌战略的雏形已初现。

在乘用车方面,江淮乘用车第二代车型新和悦RS的上市,可谓抓住了日渐明晰的市场大趋向。基于已有客户的真实反馈而开发、定位于“三车合一,全能商务”的新和悦RS,兼具轿车的低能耗、MPV的大空间、SUV的全路况三大核心卖点,满足了用户的差异化需求。

同样从客户需求出发而诞生的产品,还有新上市的瑞风S5。在3月19日上市半月之内,瑞风S5销量已经达到4263台。本次车展现场展出了S5的解剖车,让用户直面最真实的S5,这也显示江淮汽车对S5的充分自信。

在江淮具备优势的商务车领域,全新2013款瑞风M5也做到了“为人民服务”。在内饰方面进行了重要改进,增添了许多人性化的配备。不仅强化了商务感,也更加注重

用户对品质升级的需求。新款瑞风M5的主要配置已经完全不输于甚至优于合资品牌,它将进一步强化瑞风品牌在自主MPV市场中的标杆地位。

新世代产品的青出于蓝,来源于关键模块的优化进步。长久以来,动力技术一直是自主品牌与外来对手较量时的短板之一。如今,自主研发的1.5L TGD1高性能汽油发动机匹配双离合自动变速器(DCT)的白金组合以及多款“Green-Jet(锐捷特)”发动机“精芯”,让每一辆江淮汽车有了强健、节能、环保的国产心脏。其意义不仅凸显了江淮汽车在核心零部件领域的研发实力,也为企业未来向更高目标的攀登提供了根本保障,更为自主品牌阵营整体形象与实力的提升做出了贡献。

值得一提的,还有已经成为江淮汽车新标注的新能源汽车。本次车展,人们能够在现场观摩在合肥、成都两地大规模商品化运营的江淮同悦爱意为第三代纯电动车以及作为江淮新能源商用车领域开山之作的首款纯电动卡车等新能源汽车领域的最新成果。

在这次车展上,2000台江淮同悦爱意为第三代电动汽车将远渡重洋,进入美国市场。新能源汽车是汽车行业与社会交通的未来,江淮汽车愿意用自己的努力,为其打开产业化的大门。

可以说,“学造车”的岁月渐行渐远,江淮汽车正头脑清晰、满怀信心地在行驶在“造好车”的品牌之路上。

## 2 永不改变的守候

如果说江淮汽车的变,多着墨于产品的品质、技术。那么,本次车展所传达出的“不变”则体现在,以品质为核心的江淮文化,得到传承与深化。

首先,“品质的JAC”没有变。从每一辆参展的产品身上,人们都能够直观感受到江淮汽车对品质无止境的追求。这不仅是江淮汽车的造车准则,也已经成为JAC人的行为准则。

“江淮汽车这么多年来发展,最大的体会就是:始终立足于质量这个根基,保持良好心态,稳扎稳打,让每一步都走得很实。”江淮集团董事长安进说。

“品质的JAC”背后,更蕴藏着江淮对“以人为本”的思考。半个世纪以来,无论时代如何变迁,服务的人群如何不同,江淮汽车始终清楚地认识到:汽车的意义,在于赋予人行动的自由。它帮助人们挣脱物理空间的束缚,延伸考量世界的尺度,让智慧在自由的行动中,激荡创造出文明的火花,促进社会与人本身的进步。而消费者于林林总总的品牌中做出购买的决定,其最核心的诉求就在于,谁能够最好地保证其自由的权利。

这恰恰是江淮汽车从未改变过的

## 3 驶向世界的“中国梦”

今天的江淮,既是中国的JAC,更是“世界的JAC”。

目前,江淮汽车已出口到亚洲、非洲、南美以及欧洲等100多个国家和地区,在全球拥有14家海外KD工厂及合资公司。一辆辆代表“中国制

造”尊严与形象的江淮产品,正承载着富国强民的中国梦想,驶向世界。“我的‘中国梦’就是中国的汽车梦。我衷心希望中国的汽车能够成为世界的汽车,中国的汽车品牌能够成为世界的汽车品牌。”安进说。而江淮汽车也必将为此前行不辍。

“十二五”期间,江淮汽车将始终坚持“整合全球资源造世界车”的理念,坚持“五个有”,即有效益、有技术、有品质、有特色、有规模。坚持推进战略转型不动摇,坚持结构调整不动摇,坚持走质量效益型道路不动摇,坚持品质优于规模的发展路径,构筑起在“十二五”期间的比较优势和后发优势。巩固发展核心业务,力争轻型卡车全球前三甲的市场地位;稳健发展战略业务,力争乘用车在自主品牌阵营中名列前茅;主动布局新能源汽车,力争进入自主品牌新能源汽车第一阵营。大力推进国际化,打造品质的JAC。在汽车行业率先实现由中国制造向中国品牌的跨越,将JAC打造成中国的世界级一线品牌。

“江淮汽车发展到今天,离成为具有国际竞争力的汽车企业的梦想只有关键几步。只要始终把‘品质’放在首位,坚持打造高品质自主品牌形象,这条道路就一定会走通。”安进说。



热烈的展台发布现场