

开栏语

为更好地宣传服务我省经济工作,深入开展新闻战线“走基层、转作风、改文风”活动,连日来,本报分批派出记者,深入全省部分大型企业和重点项目,走近一线员工,进行为期一个月的调研式采访活动。重点关注了企业推动科学发展、加快发展方式转变的重大举措和成效,以及企业加强自主创新、提升核心竞争力、推进节能减排、加强生态环境保护等方面的经验做法和成果。即日起,本报将陆续推出“走进大型企业和重点项目”系列报道,敬请关注。

一个月走过“标致”16年的路

江淮汽车在巴西的“美好时光”

记者 刘海泉 文/图

星报记者走基层之 走进大型企业和重点项目

4461辆,是江淮同悦汽车(巴西称J3)首次登陆巴西第一个月的销量。突破单月3000辆的销售门槛,标致用了16年。成绩的取得背后有巨大的付出,246项适应性改进,让巴西经销商彻底折服。这是一个有关国产汽车走向世界的故事,时间很近,地点很远,人物也不仅仅是三两人。



制图:王雪

传奇

一双眼睛盯住地球另一面

5月8日,记者如期走进安徽江淮汽车股份有限公司(简称JAC),倾听这个企业走出国门的故事。这一天,一切对记者来说都很新鲜,但对于江汽股份公司国际公司乘用车部销售经理胡晓华来说,是很平常的一天。当天早上6点,她准时从合肥滨湖新区的家中起床,洗漱收拾好。6点50分,她坐上厂车,赶往位于南二环路上的江汽公司。从食堂吃过早餐,已经7点

20分。胡晓华坐在办公室,打开电脑,第一件事就是收发邮件。最近她忙着与巴西经销商联系汽车零部件方面的事情,需要不时地通过邮箱了解对方的反馈。因为精通葡萄牙语,她的一项日常工作就是舆情监测。每天,她都要通过浏览圣保罗周报、圣保罗页报、UOL网站以及四轮世界杂志等巴西当地媒体,来了解当地的行业动态、政策、货币汇率等。

胡晓华毕业于中国传媒大学葡萄牙语新闻专业,毕业前的最后一年,她作为交换生前往巴西进行交流学习。一年前,她正在JAC实习;去年10月,正式成为JAC的一员。

“我跟巴西很有缘,JAC跟巴西也有缘,所以我才与JAC牵手。”胡晓华说,一年间,她有幸见证了JAC在巴西的崛起,成功的背后是江汽人的不懈努力。

246项改进折服巴西人

2009年盛夏,巴西第一大汽车经销商SHC派员来JAC考察。当年9月,SHC公司主席塞尔吉奥·哈比卜带领8人顶级团队,再次造访JAC;10月,SHC全面考察了江汽的产品、技术和研发实力,最终下定决心,只做JAC的独家代理。2010年8月底,JAC与SHC公司正式签署《独家经销协议》。“坚持自主创新、品质优先。”

在这一点上,JAC与SHC形成了共识,双方一次性签了10年合同,SHC给了JAC一个承诺:10年销售65万辆。

然而,事情并非就此一帆风顺。巴西的汽油中至少含有22%的酒精,发动机必须“试酒”——通过酒精燃料测试。此外,还需要进行单台车25万公里道路试验;对样车进行拆解,做检测分析……为满足当地

消费者的精细需求,JAC对整车进行了多达246项的适应性改进。

最终,JAC顺利通过出口汽车必须适用的特殊条件。SHC和JAC还共同提出,质量保证“6年不限里程”。至此,JAC顺利完成“登陆”巴西的准备。

这些不懈的努力,不但折服了经销商,被折服了的,还有更多的巴西人。

江淮汽车异国“惊艳”

在巴西,进口车销售有一个无形的“门槛”——月销量突破3000辆。越过这道“门槛”,标致用了16年,丰田是13年,雪铁龙是12年。但是,2011年3月18日,J3强势登陆巴西市场,46家JAC4S店全面开业,第一个月就销售4461辆。在当地市场上,J3售价为3.99万巴西币,约合人民币16万元,一举迈进中高端

车型的行列。

“3月18日以后,每天我都会收到远在巴西的同学、朋友通过社交网络、邮箱发来的信息,他们说在圣保罗大街上很多商店里面,随处可见JAC的宣传,他们说J3在那边很火。他们还总问我,J3有6年的质保,是不是真的?”胡晓华说,JAC汽车在巴西如此受欢迎,这种感觉

让她充满自豪。

曹楠是江汽股份公司国际公司销售主管,和胡晓华一样,她对JAC在巴西的成功,感受很深。“我们去圣保罗转机时,因为穿着工作制服,便被机场便利店的工作人员一眼认出来,要与我们合影,不停地说他非常喜欢J3。”曹楠说,回顾当初JAC牵手SHC,感觉就像是一个经典的传奇。

拓疆

巴西投资建厂进展迅速

5月8日,记者在JAC研发中心,偶遇来自巴西SHC公司质量工程师马速达先生,他正在和JAC的工程师一起,对即将出口巴西的汽车做最后的质量检测。

“我很佩服SHC,他们在巴西的营销真是很厉害。”胡晓华说,“SHC请来巴西环球电视台著名综艺节目主持人福斯托·席尔瓦做形象代言人,是个妙招。”胡晓华说,在巴西,社会阶层观念很强,审美喜好各有不同。但是,唯一所有阶层都喜欢的明星,就是福斯托·席尔瓦。全民偶像一出

马,J3在巴西的知名度一路飙升。

2011年,JAC累计实销近25000辆,在与欧美、日韩品牌同台竞技的情况下,丝毫不落下风,成为巴西市场上最受欢迎的品牌之一。

更令人振奋的是,2011年11月16日,JAC与SHC集团下属公司SNS公司签署了《巴西工厂框架协议》,双方意在巴西建立合资公司。

今年3月19日,JAC在巴西萨尔瓦多发布新车型J5(江淮和悦),这是JAC在巴西发布的第三款车型。

今年6月,JAC在巴西投资建厂,将进入土地评审阶段。

下一站,进军欧盟、北美

5月8日上午,在JAC总部五楼一间会议室里,江汽集团总裁安进接受了记者的采访。

“一季度,我们的出口依然很出色,达到12000辆。其中卡车的效益最好,创造了历史最好水平,1-4月份,仅出口阿尔及利亚就有4800台。去年我们出口突破了66万辆,今年我们目标是5万辆。”安进还透露,今年1-4月份,江汽已经销售了15万辆车,虽然比去年同期少了3万辆,但是估计10月

份就能达到去年同期水平。

说到巴西销售,安进笑着说:“去年底,巴西关税从13%提高到了43%,这确实影响了今年的出口。但反过来想,我们一进入巴西市场,就逼得当地政府出台相关政策,这不正好说明我们的巨大影响力吗?”

对今后“拓疆”海外的计划,安进也给出路线图:“下一步,要开拓国际市场,我们一定要突破技术标准门槛,一定要进欧盟!一定要进北美!”安进的语气斩钉截铁。



JAC员工正在检测汽车性能

记者手记

身在合肥,常常看到一群人,他们穿着一身红色的工作服,胸前的“JAC”标志告诉大家:他们是江淮汽车的员工。

带着对这个企业的好奇和敬畏,5月8日,记者第一次走进江汽进行深入采访。一天半的时间里,记者走进技术研发中心、总装厂、冲焊车间,与一线职工同吃食堂,与决策层面对面交流。偌大厂房的红色屋顶、员工整洁的制服、红色砖墙的办公楼让记者感受到一股奋发向上的精气神。厂房内,机械臂在半空飞舞,将一块块钢板焊接成型;半成品“行走”在流水线上,一台台JAC乘用车成功下线;第三代同悦纯电动汽车正在研制,研发中心一派热火朝天……

2011年,江汽成功“登陆”巴西,一个民族企业,跨过千山万水,在遥远的南美骄傲地挺起了脊梁。未来,何时能打进欧美市场,让我们共同期待!