

1月劲销1.2万辆迎开门红 传祺在迪拜发布海外战略



2014年1月,广汽传祺劲销1.2万辆,以高质量的持续增长迎来新年开门红。传祺的持续热销和高增长,得益于国际国内双线爆发。2013年全年热销8.5万辆,同比增长158%,远超市场平均15.71%的增幅,且车主转介绍率高达20%-30%,高品质的产品标签得到广泛认可。同时,传祺品牌凭借世界级品质和良好口碑备受国际市场瞩目,1月11日在迪拜发布海外战略,出口迈出实质性步伐。

突破:传祺模式启动创新引擎

2014年,传祺的销售目标为11.5万辆,连续3年跨越式增幅,使得传祺有足够的

信心完成并突破。

传祺能有这样的底气,并非单纯以产品的性价比来占领市场,源于具有独特优势的新发展模式,这一模式实现6大突破:首先是创立广汽生产方式,研发、技术、制造、质量水平业内领先;其次是整合国际国内优势供应商和开发机构,构建了以广汽研究院为中心的广汽全球研发网;第三是建立欧美系占40%、中资占40%、日韩系占20%的高品质供应链;第四是开创集群网络营销服务新模式;第五,创新企业文化,融合“国企的平台、民企的效率、合资的流程”,创建独具特色、高效运营的管理模式;第六,品牌国际化,连续担任高端盛会用车,并被电影《变形金刚4》选中成为在国内合作的唯一汽车品牌,提速海外战略。

在新产品的投放上,以正向开发打造的独立“DNA”为基础,传祺形成2大体系4个平台的清晰产品线布局,计划未来5年,逐步向市场投放20-30款车型。2014年传祺加快前进的步伐,从每年上市一个新车,提速至推出4款车

型,包括GA5 1.6T、GS6、GA3F及GA6。其中GS6将搭载1.8T发动机且配备最新7速双离合变速器,综合性能超越同级合资品牌,有望成为传祺下一款主力车型。

蜕变:从世界级产品到国际化品牌

传祺自诞生之初就坚持走高端化精品路线,着眼“世界级品质”,并坚持以正向开发打造具有持续进化“DNA”的优势产品。传祺GA5、GS5、GA3全系车型采用高端精密四轮独立悬挂结构,主配博世最新ESP 9.1车身电子稳定系统,并融合高强度钢材和GAC车辆碰撞吸能控制技术,家族三款車型均获C-NCAP五星安全评级,首创中国唯一全系五星安全家族。

在2013年J.D.Power中国新车质量研究报告中,传祺品牌以97分、高于行业平均分的22分的成绩,位列中国汽车品牌榜首,彻底改写中国车“低质低价”的印象。2013年末又连获CCTV中国年度品牌、轩辕奖、动力中国年度发动机等重磅奖项,传祺品质得到各界认可。

不仅如此,传祺品牌自诞生以来就连续服

务亚运会、厦洽会、东盟博览会等多个高端盛会,以卓越的品质和优质的服务为全球贵宾留下了极为深刻的印象,在国际化的舞台,传祺世界级的品质受到高度认可。可以预见,随着国际化战略实施及《变形金刚4》的全球热映,传祺国际化形象更加深入人心。

提速:在迪拜发布海外战略

经历了2013年的快速发展,广汽乘用车总经理吴松表示,2014年广汽传祺发展的重中之重即是国际战略。

令人振奋的是,在今年6月即将上映的好莱坞大片《变形金刚4》中,全世界观众将第一次看到中国汽车品牌传祺与布加迪威龙、兰博基尼Aventador等超跑同场飙技。传祺家族车型凭借高品质、独创设计以及领先技术,成为导演迈克尔·贝的首选,并被评价为“最具代表性的中国汽车品牌”。

不久前,广汽传祺借与国际乒联合作的“2013年国际乒联巡回赛总决赛”,在迪拜发布“有谋有动,整体布局,稳步发展,重点突破”

的全球市场战略。广汽乘用车总经理吴松表示,与国际高端赛事合作,这不仅仅是一个自主品牌的崛起,更是中国汽车新生力量走向世界的实力体现。未来重点突破中东、东欧、南美、非洲及东南亚市场,伺机进入北美、欧洲市场,要将“中国好车”形象展示到全世界。

广汽传祺布局中东,也已取得实质性进展。

首批出口车辆共115台,也早在2013年9月开赴科威特。目前,沙特和阿联酋的经销商已选定。

不少专家断言,2014年,国内车市将结束微增长时代,迈入合资品牌为主力的新一轮快速增长期,自主品牌汽车不被看好,传祺在国际国内市场释放强大的爆发力,将成为2014年车市最大看点。

(珍 斯)



“新”公益 “心”实践 ——奥林巴斯闪耀第三届中国公益节

2014年1月16日,第三届中国公益节在北京隆重举行,奥林巴斯(中国)有限公司凭借2013年在全国七大城市开展的“呵护肠胃 拥抱健康”奥林巴斯大型健康公益沙龙(以下简称肠胃健康沙龙)活动,赢得了“2013年度公益创新奖”,并以此成功跻身年度公益事业领域最具影响力品牌之列。中国公益节作为由大众媒体发起的以“公益”命名的活动,是年度最具影响力公益盛会之一。公益节始终坚持以客观、中立的第三方视角,公正公开的评价过去一年中促进公益事业发展、改变社会面貌的卓越企业公民和市场风云人物。获得“2013创新公益奖”,标志着奥林巴斯的

公益行动得到了社会的肯定和认可。奥林巴斯相关负责人表示,作为负责任的社会公民,企业应当走在服务社会、创造社会价值的最前沿,感谢公益节和社会各界对奥林巴斯的支持和鼓励,收获这份荣誉,也更加坚定了企业回报社会的信念和决心。

奥林巴斯作为一家有95年历史的医疗领域品牌,秉承“Social IN”企业经营理念,始终致力于帮助人类拥有健康幸福的生活。这意味着既要努力实现医疗设备和技术的不断创新,还要坚持传递领先的健康理念和生活方式,帮助更多人规避潜在的健康风险。

(唯 尚)

嘉里大通捐助鹤童老年公益基金会

近日,嘉里大通物流有限公司为天津市鹤童老年公益基金会捐助爱心款项10万元,并在寒冬腊月为敬老院的老人们送去社会温暖。丰台区鹤童慈善老人院入住的老人多为高龄老人,院舍日常护理中的耗损物品需求较大。

嘉里大通物流作为企业公民,一直将社会责任、可持续发展和雇员参与的理念融入到日常管理 & 运营之中,承诺对社会和企业本身做出承担,并通过资助一些有意义的、济人所需之项目,将自己的能量释放到社会中。

(何 成)

服务人才 彼此成就 东风日产荣膺2013年三项雇主大奖



近日,东风日产接连获得“中国年度最具社会责任雇主”、“2013中国年度最佳雇主”和“中国杰出雇主”三项大奖,这又无疑是对东风日产人力资源管理体系的又一次正面肯定。而作为一家关键人才流失率不到1%的大型企业,东风日产的员工忠诚度和满意度再创新高,得到了社会的认可和求职者青睐。

东风日产乘用车公司副总经理任勇表示:“屡获获奖,表明东风日产的人才服务思维和彼此成就的人才培养模式得到了社会的肯定。能够取得这一系列成绩,是东风日产全体员工共同努力的成果,因为我们从未将自身局限在雇主的位置上,更没有把员工仅仅当作是雇员。在我看来,两者是一个团队,走在同一条道路上追寻梦想。所以,企业和员工不是单向的施与和受惠,而是相伴相成就。”

管理人,不如服务人

“与其说我们在做人力资源的管理工作,还不如说,我们在为员工服务。从‘共创价值 共谋福祉’的核心价值观出发,我们一直希望并致力将企业打造成一个良性的生态圈,为员工的成长创造更多的条件,通过提供更广阔的发展平台让他们不断成长,同时更希望能够帮助他们树立积极的人生观、价值观,在工作中收获快乐,得到更多的正能量。”谈及东风日产的人力资源管理,人事总

务部部长郑乐华这样说道。

在企业管理者看来,服务不仅要落在实处,还要不停“进化”。2013年,东风日产的人才服务工作又有了新的做法。

郑乐华介绍,从2013年开始,为强化对新入职应届大学生的服务,东风日产正式启动全新的“成长导师制”,与以往的“工厂导师”、“专营店导师”和“岗位导师”相辅相成,形成全方位的导师辅导制度,让新员工得到更全面的帮助和成长。“这个项目还在摸索和改善中,效果还要时间来验证,但已经令不少

往届的‘新人’羡慕嫉妒恨。”郑乐华说道。

据了解,2013年共有70名科长级别及以上的“老人”自愿报名成为导师,为应届的大学生进行全方位辅导。这样的师生配对是跨部门并由新人自由选择,给予了新员工最大限度的自主权。而辅导的内容和范围也很广泛,从工作到生活的方方面面,学生有任何的疑惑都可以向导师寻求帮助,彼此间逐渐形成一种“亦师亦友”的关系,平时打球运动、家庭聚餐、周末外出都可以自由进行。

除此之外,关注员工心理健康的“EAP快乐心灵计划”、全体员工参与的东风日产节等项目,也不断为员工提供更多的“服务”,让他们在一种轻松、快乐氛围中工作和生活。

值得注意的是,对东风日产而言,这种“服务”的意识,归根到底源自于一种对人负责的态度。不仅是在企业内部,东风日产在各大高校也同样将“服务”进行到底。目前,东风日产正在持续推进领先校园计划、校企合作等项目,通过提供实习机会、奖学金激励、开设“东风日产班”等多项措施,让更多大学生提前实现从学生到职业人的过渡,并在专业的学习上得到更多的帮助。2013年下半年,东风日产再次发力青年人才培养,

