



是什么困住了 汽车企业家的手脚

伴随着国内股票市场的惊涛骇浪，“上汽通用”诞生了！“上海通用汽车有限公司”更名为“上汽通用汽车有限公司”，从7月1日起，公司新名词正式启用。随后，公司旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克品牌的国产车型尾标都将陆续更改为“上汽通用”。

从“上海通用”到“上汽通用”，其中一字之差有何深意？有消息说，该想法是由去年升任该职的上汽集团董事长陈虹亲自提出，而这一举措的目的在于提升上汽集团的整体品牌形象。

“在国产别克、雪佛兰和凯迪拉克没有走出国门之前，有几个人不知道这些品牌归属上汽合资企业名下？靠这种手法提升的形象对上汽旗下其他品牌提升真的具有那么大的意义吗？”一位业内人士说。“虽然是一字之差，但放在几百家4S店的店头名牌更改上可是劳民伤财的事啊。”有4S店老板如是评价。

在更改企业名称的理念和立场没有作出清楚明白的表述之前，人们的任何猜测甚至非议无可指责。而恰巧在对这件事情的回应上，涉事企业——原“上海通用”的态度是模糊的，相关空洞的言辞自然令人失望了。

有人认为，即便是公司品牌旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克品牌的国产车型尾标更改为“上汽通用”，靠这种手法提升品牌形象仍然是一种惯性思维。10年前，一部《汽车产品外部标识管理办法》出台，为借势国外汽

车品牌和技术从事市场营销，相关规定中就有合资车企产品“显著位置用中文标出生产企业名称、商品商标、车型名称等”。而这种“车屁股盖戳”的办法当即被认为是一种“鸵鸟式的想法”，对中国制造的实质无益！有人干脆质疑，“就算标注了上海大众、华晨宝马字样，‘VW’这个品牌就有一半归我们了吗？标注了‘华晨’字样，宝马品牌就是中国的啦？奔驰在北京生产就算北京的？这个想法是自己骗自己。合资企业只是在中国生产，这样的工厂在全世界到处都有。可口可乐、摩托罗拉、耐克都在中国生产，难道应该在显著位置标上北京可口可乐、天津摩托罗拉、广州耐克？”

没有自主就无以到达产业链的上游，在中国汽车业转型升级的关键时期，对于发展自主品牌汽车这一宏大课题，新近履新的一汽董事长徐平、东风董事长竺延风、上汽董事长陈虹等等无不被委以重任，但为什么许多人的思维往往受到局限？

“现在各个地方政府在产业结构的调整过程当中，都在把汽车产业作为支柱产业，这样做的结果是使得我们作为企业家，不能做到理性地、客观地、冷静地去判断什么时候可以开工厂、在哪里开工。”2014年，东风汽车总经理朱福寿在博鳌亚洲论坛年会电视辩论“汽车业‘规模论’的隐忧和出路”上语出惊人。而马云在其演讲中也曾说：“有领导来视察，他只给我5分钟，他讲50分钟，

告诉我怎么做企业。”

从“上海通用”到“上汽通用”，这“一字之差”或许昭示陈虹履新至今大刀阔斧进行改革的战略决心——强化集团整体实力、重点打造自主品牌、以更国际化的视野参与全球汽车业竞争，也暴露出一个行业企业家阶层共同面临的问题。

直到如今，宝马集团“BMW 全球可持续发展战略”理念依然被宝马员工四处宣讲，“可持续理念”最初由雷瑟夫博士引入宝马文化中，这位刚刚卸任的宝马前任董事长当初认为，“未来，可持续将成为豪华汽车新的定义”。基于这种理解，BMW 可持续发展战略主要聚焦于三个方面：经济、生态环境、社会。BMW 坚信，优质的个人交通工具必定符合可持续发展的理念，BMW 一直遵循可持续发展理念，通过开拓性的技术创新不断证明其履行承诺的决心与能力，并由此使集团获得持续的发展。可持续发展战略已经成为 BMW 集团未来发展的基石之一。

BMW 是在汽车行业内第一个提出这一全新概念并践行的品牌。2011年，BMW 集团将把可持续发展策略推及销售领域，启动 BMW5S 经销商认证，即在传统的4S 的概念中引入“Sustainability—可持续性”的概念，以可持续发展作为重要指标来管理经销商体系。作为 BMW5S 经销商须在可持续发展水平上达到相应标准，包括经销商对当地经济和就业的贡献度、对社会公益事业的参

与和投入度以及运营中节能减排的效度等三大方面。5S 理念一经推出即得到广大 BMW 授权经销商的积极响应，在中国市场亦是如此。

BMW 来到中国，喜欢蹬着“凤凰牌”自行车去北京大学读书的前宝马大中华区总裁兼首席执行官史登科博士决心让中国消费者从宝马品牌上获得更多深层次的价值认同，他的“中国通”身份让他用汉字“悦”取代英语单词“JOY”，使用“BMW 之悦”这一宝马中国团队绞尽脑汁半年时间才想出来的“金点子”，为的就是以一种更符合中国人口味的方式，更好地向国内消费者传达宝马的品牌理念和品牌内涵。

从雷瑟夫博士到史登科博士、从史登科博士到安格博士、再到康思远博士，BMW 建立在高度专业基础上，高屋建瓴的理念和思维被转化成企业文化，被一代代接班人系统地传承并不打折扣地实施执行，保证了一个跨国品牌的基业长青。

反观国内，或许连续几周的股市动荡又搅得汽车界企业家们心神不宁。面对股价的跌宕起伏，长城汽车董事长魏建军曾平静地说：“我们做产品的，不能只看资本市场的脸色行事。”而真正扛得住风浪具有胆识的企业家，国内汽车界又有几人？

(据《中华工商时报》)

上海大众汽车
SHANGHAI VOLKSWAGEN



斯柯达 120年 始终向前

——上海大众斯柯达“促动一夏”快乐

GO



斯柯达大华中区统一联合举办“斯柯达120周年 始终向前——上海大众斯柯达‘促动一夏’快乐GO”活动，7月12日邀您莅临周口锐达展厅，来店即送精美礼品及电影票1张，订车即享厂家直供超低价格，并享2年0利率，超低首付，仅需一张身份证，轻松“贷”回家。多重豪礼！享到想不到！

周口锐达汽车销售服务有限公司

销售热线：0394-8361777 服务热线：0394-8370666

地址：周口市迎宾大道与太昊路交汇处向东200米路南

周口二级经销商销售热线：

郸城县：3188638 袁沟县：6205666 淮阳县：2839322 鹿邑县：7698888

沈丘县：5221111 太康县：7897085 西华县：2571111 项城市：4216668

斯柯达

SIMPLY CLEVER