

杰狮“科技之旅” 试乘试驾活动 在上海举行



为了让用户更好地感受上汽依维柯红岩杰狮新品的科技性能,以“成熟科技、全新体验”为主题的杰狮“科技之旅”试乘试驾活动于4月18日在上海外高桥隆重举行。

通过近距离、有针对性的试乘试驾和技术人员对杰狮外观、安全、动力、环保等方面特性的专业讲解,让试乘试驾者切实感受到了杰狮产品驾乘的舒适性、可靠性、经济性、整体安全性及电子化水平。

杰狮所配备的 Cursor9 发动机卓越的表现令人赞叹;人性化设计的超大驾驶室内部空间的舒适度非常高;特别是行驶时室内的超低噪音让人感到如同乘坐轿车一样。据悉,上汽依维柯红岩以“成熟科技”诠释高端品质,以“成熟科技”传递上汽依维柯红岩全新产品理念,就是要让试驾者尽享独有的畅快淋漓、无与伦比的驾乘感觉,相信它会给行业用户带来全新体验。 (杨强)

2009 上海国际汽车高峰论坛召开

4月19日,第13届上海国际车展开幕前夕,以“全球经济危机下汽车业发展机遇与挑战”为主题的“2009 上海国际汽车高峰论坛”在上海举行,工业与信息化部副部长苗圩、中国贸促会会长万季飞、中国机械工业联合会执行副会长张小虞出席了本次论坛并分别致辞,共同希望中国汽车制造产业能够及时把握住金融危机所带来的发展机遇。

此次论坛,包括北汽集团董事长徐和谊、底特律电动车控股有限公司主席兼 CEO 林秀山等国内外主流汽车厂商重要领导均进行了主题演讲,从当前的挑战机遇与企业自身未来的可持续发展作出重要表态,直接影射出中国汽车市场全球独秀的魅力以及广阔的发展前景。

广东 LED 产业将向清华大学“借脑”

日前,由东莞勤上光电承担的“广东省 LED 产业线路图”项目研讨会在东莞举行,与会专家为全省 LED 技术和产业发展“把脉”,明晰行业发展思路,谋求通过制定产业技术线路图,提高广东 LED 产业在全国乃至全球市场中的份额和影响力,推动其健康发展。

LED 产业发展:挑战和机遇并存

“经过 30 多年的发展,我国的 LED 产业已经初具规模,包括东莞在内的珠三角地区的全球尤为突出,但我们还在上游关键技术攻关上仍然还有很长的路要走”。科技部国家半导体照明办主任吴玲在研讨会上指出,我国 LED 产业已初步形成了包括外延片的生产、芯片的制备和封装、LED 产品应用在内的较为完整的产业链,但总体上仍呈现出挑战和机遇并存的局面。

吴玲同时指出,由于国内 LED 应用领域专利数量众多,增长较快,出现了跨学科、领域、行业的紧密合作良好局面,以及在节能环保背景下的政府支持和巨大的市场需求,从而也使我国这一产业发展面临着难得的历史机遇。“比如广东今年提出了建设‘千里十万’工程,东莞也提出要加强与周边城市合作,主动承接穗深港澳 LED 产业辐射,

大力发展中下游封装、销售、推广应用及提供产业配套服务等,都将为珠三角地区 LED 产业发展带来新的契机”。

围绕“创新”谋求产业突破

广东省科技厅副厅长叶景图在研讨会上强调,虽然目前广东 LED 产业在国内市场上处于领先地位,但与欧美发达国家相比还有一定的差距,这就要求广东在未来的发展中,必须建立完善的技术创新体系和特色产业集群;要通过创新,尽快解决市场急需的产业化关键技术,逐步向专利密集的上游领域延伸;要通过创新,在附加值较高、技术突破难度较大的领域取得突破。

勤上光电 LED 远程控制受关注

据勤上光电董事长李旭亮介绍,目前这批已在石排镇石洲大道等路段成功安装的大功率 LED 路灯,技术上使用了勤上光电研发的具有自主知识产权的无线控制系统,这一系统可对 LED 路灯、隧道灯实现远程控制,既能对灯具实现远程开、关和调光控制,又能远程采集各种灯具工作时的电量、温度等数据,维持灯具的正常运行,在减少人工维护成本的同时,极大地方便了灯具的管理。 (范珊珊)

2009 中国汽车蓝皮书论坛在上海举行

只要善于利用经济危机的机会,再加上对自己的清醒认识和对事业的不懈奋斗,生存发展的机会依然很大。日前,在上海举行的首届中国汽车蓝皮书论坛上,国内知名汽车企业的负责人、专家,对中国汽车业今后的发展发表了自己的看法。

包括长安汽车董事长徐留平、北汽控股总经理汪大总在场的数十名中国汽车业各个领域的资深从业者参加了本次论坛。

以“中国汽车的意见领袖”为宗旨的《汽车商业评论》杂志主办了这届主题为“决心与恒心:中国汽车业逆势超越之道”的中国汽车蓝皮书论坛。

《汽车商业评论》主编贾可博士说,他希望通过举办中国汽车蓝皮书论坛,能够进一步倾听业内对中国汽车蓝皮书的批评意见,而论坛成果也将构成对中国汽车蓝皮书的最有益的补充。

(上接 B1 版)

全球金融危机 对中国采购的影响及未来走势

波士顿咨询公司董事经理杜伟:既是机遇又是挑战

怎样理解“全球经济危机之下的全球采购”?一是危机,二是采购。在全球经济危机之下,我们到底在全球采购下有没有机会,我们会面对什么样的挑战。首先我们看到的全局金融危机是从一个次贷危机,一直影响到实体经济,对实体经济最大的影响,是流动性,资金方面碰到了很大的问题。在中国采购,对全球采购来讲我们优势在哪里?一方面原材料的价钱在下跌,中国很多的企业面临着产能过剩;另一方面有一个机遇在全国采购,在中国可能找到更好的供应商,能够获得更好的成本,特别是对跨国公司来讲。对于企业来讲,我们认为关键是要考虑到两个方面,一是我们要获取成本节约的优势。另外,在现阶段,尤其要注意采购风险的管理,以及在风险管理方面遇到的成本。

菲亚特全球采购中心副总裁郑显聪:把采购当做销售

我从来没有把采购当作是一个采购,我一直认为采购就是销售。当你能够用销售的信息去做采购,你得到的成功率会大一点,如果你认为自己是采购,你的几率和人家是一样的。我们希望美国的一级供应商,真正到中国来。事实上因为财务上的危机,很多国外的零部件供应商,他们希望在中国,拥有百分之百的全资子公司,慢慢往这边靠拢。因此,我们必须要把视野放开,包括全资的公司,全部都放过来了。这样子会造成供应链的转移,转移到了中国以后,有一些零部件啊,会把它真正采购的能力全部放在中国。在亚亚特,同样的一个道理,以后的自主研发能力,研发中心都会放到中国,这样才是全球最有竞争力的。

科尔尼全球合伙人林莲云博士:在当地建立一个测试中心

现在在中国的领导者包括在东南亚,还有在墨西哥的这些,在中国做的不多,或者是在东南亚,在墨西哥做的不多。在东京

现在也不是很多。事实上这个从东欧采购会越来越来,像波兰和捷克的成本越来越高了。所以大家都是去找那些低成本的国家进行采购。那么我们看到还仅仅只是从低成本国家采购,其实这还不能使你成为一个领先者。如果你去看一下这个领先者和落后者之间的一个差距的缩小的话,我们看到了两个最重要的领域就是直接和间接制造。那么要成为一个很好的,进行外包,或者是外购还是不够的。

其实全球采购仅仅意味着找低成本,要找到全球全球最好的地方。而且就是能够不断地有卓越的表现。当你想从低成本国家进行采购的时候,怎么做呢。在当地建立一个测试中心。你对全球低成本采购的设计更容易了。他们很了解当地的供应商,哪些能做,哪些不能做,他们工作更加有效。从这里到欧洲,到美国是有很大的难度的,作为采购方来说你应该把你的工作人员带到这个地方来,这样就不会在翻译当中有误差了。

在中国采购的采购商 面临的挑战与困难

霍尼韦尔亚太区采购总监于瑞林:内、外部挑战并存

内部挑战:首先,做中国采购得有人,在开始,每个公司都是拿 500 万美金启动资金,先建一个办公室起来。这个办公室起来以后,还不够,还要去把你们的团队培养起来,所以刚开始送到美国,送到欧洲去培训。第二个你要确定哪些东西可以在中国采购,哪些产品是适合做全球采购的东西。你的产品适合在中国采购了,但是问题有没有正好的供应商可以供给你这个东西,你需要寻找合适的供应商。

外部挑战:做全球采购,不同的阶段面对不同的挑战。我们有很多挑战,我们客户给你的时间越来越短,要在最短的时间内把新产品拿出来;我们供应商的能力和我们的管理供应商的能力,我们的供应商在中国,然而我们的开发中心在欧洲或者是北美,能不能配合他们很很快地把这个产品拿出来。这又是一个挑战。另外一个体现在哪儿,因为我们全球采购,所以我们要建很多的库存,物流环节中开始发运的,飘在海上的,还有库

华菱星凯马五款新车亮相上海车展

在 4 月 22 日~28 日举行的第十三届上海国际汽车展上,以高端打天下的华菱重卡将其最新推出的高端重卡星凯马的五款车型放在了全球瞩目的中心,包括两台高顶牵引车(6×4 和 4×2)、两台自卸车和一台平顶搅拌车。其中,装配康明斯 ISZ425 40 的 6×4 高顶牵引车达到了欧 IV 排放标准,ZF16S1950 自动变速箱,气囊减振,大气的外形,豪华的配置,彰显高端重卡的魅力,这也是国内达到欧 IV 排放的重型汽车车型在上海国际车展的首次亮相。

华菱星凯马重卡系列是华菱公司与国际顶尖级研发机构联合打造的高端重卡,主要目标市场是海外市场 and 国内沿海等高端市场。星凯马的驾驶室是由意大利博通汽车设计公司全权设计。这是一家国际顶级汽车设计公司,斯堪尼亚等欧美等众多名牌汽车都是由他们设计。星凯马的流线型设计和厚重的车型透出浓厚的现代气息和欧洲文化的底蕴。内饰配件由国际知名企业意大利达公司按照欧美标准选材和制作,从材料选用、制作工艺到各项功能,无不综合欧美高端车的优点,进行了全面的革新。

全新的设计理念,瞄准欧美市场标

准,具有自主知识产权新技术的应用,使星凯马真正跻身到国际高档车的行列。而且在应用的新技术中,多数属于自己的发明创造,其中有 40 多项申报了国家专利。

国内首次采用的 CAN 总线整车数字化控制系统,能使发动机排放达到最佳状态,实现了欧 IV 排放标准,还可以自动检测故障,给维修带来极大的方便。

在安全性方面,星凯马车身结构在国内首次采用笼式骨架,强度更强,增强了驾驶室抗撞能力,进一步保证了驾乘人员的人身安全。

在舒适性上,星凯马率先采用了气囊全浮式减振座椅。整个驾驶室减震系统采用德国萨克斯四点空气弹簧减震系统。更重要的是在底盘系统上,后悬架系统采用四个气囊(也可以选装八个气囊);前钢板弹簧,按照欧洲的发展趋



势,选用变截面的少片簧(三片簧)。强度更强,舒适性更好。

另外,可伸缩式转向、多媒体显示和免提电话通讯系统、预紧式安全带、可翻转结构豪华卧铺、天窗、自动空调、GPS 导航、行车记录仪、自动排挡、ABS、车门窗遥控等高端配置均已在星凯马系列车型上广泛标与应用,只有高档轿车才采用的可视倒车功能,也被运用在星凯马上,为用户提供了全方位视野无盲区。整车在安全性、舒适性等各方面堪与豪华轿车相媲美。

中国供应商国际化战略的思考与策略

确立以 OEM 配套为主的策略

中国零部件出口 80% 停留在维修市场,只有少数进入了全球配套。“要逐步从售后市场向 OEM 的配套市场走来,从中低端市场做起,逐步向中高端市场过渡”。马仿列认为,目前一些条件比较好,实力比较强的零部件企业,已经具备了成为全球跨国公司供应商的条件。“可以先主动出击,力争进入全球供应链。当然现在国内也有一些企业已经加入此行列,但是量还是太少。现在做关键供应商,尚不具备成为著名跨国公司 OEM 的供应商条件。从现在开始,应该逐步考虑从零部件开始切入,同时也可以考虑从这些跨国公司在海外发展中国家设立的子公司市场进行切入。正是出于这种策略的考虑,汉德公司已有一部分市场的 OEM 配套中有所突破”。

加强国际市场研究解决信息闭塞问题

“信息闭塞——不仅对于零部件供应商,在整个行业中都是一个非常薄弱的环节。很多供应商想要出口,但是对国际市场缺乏研究,无从做起。如果对国际市场没有渠道去了解,或者去研究,你就无法着手。首先作为供应商,自身要有这种意识,要主动想法设法加强这方面信息的收集和研发。其次在国外发展代理商,通过代理商来了解和掌握有关业界趋势的信息。第三个就是积极地建立电子商务平台,这也是我们汉德正在做的,同时借助

于信息咨询公司的力量,比如和盖世汽车网合作”,马仿列透露,他仍在业界继续寻找可以合作的信息咨询公司。

构建全球销售服务网络 变被动出口为主动出击

“一开始,我们并不是简单地把目标定位为将产品卖出去,而是对全球的销售网络、服务网络,进行了整体规划。针对不同的市场,有不同的策略。从实施全球战略出发,而不是简单地多卖一辆”。

汉德在国外的经销商和代理商发展势头非常好,在国外的重点目标市场,设立自己的海外营销机构。汉德虽然是自身独立运营的一个公司,但也充分借助和利用了潍柴和陕汽两大股东在全球的网络,来共同搭建营销和服务平台。同时跟国外的 OEM 主机厂合作,来搭建汉德在某个区域的服务网络,这是一种非常有效并低成本的方式。而在重点市场,汉德也单独建立自己的网络以保证市场。

资本输出和技术出口 带动产品出口

“资本输出和技术出口,带动产品出口”——马仿列认为这是企业实施国际化战略的高级阶段,“如果研究一下,全球各国跨国公司,无不是从最开始的产品出口,到技术出口,再到资本输出加大技术输出,从而带动产品出口,最终达到大市场的全球化战略。这是众多跨国公司凭借其产品优势和品牌优势,在全

球化战略中最常用和最有效的方式。走到这一步,才算真正实施了全球化,而不仅仅是出口产品”。汉德公司在国内汽车界率先尝试了以技术出口带动产品出口的道路模式,在 2007 年汉德以技术转让的方式,把技术出口到印度 AMW 公司,先从 CBU,逐步到 CKD 组装汉德车桥,转让费只是表面的收益,最大的成功在于汉德成功地把自己的产品打入了印度市场。同时,这也是中国汽车工业有史以来第一次把技术出口到国外,从而创造了历史先河。

金融危机的影响,马仿列有独到的见解,他认为从战略层面上看,金融危机给中国的供应商带来了更多新的机遇。“作为企业我们一定要高瞻远瞩。一些跨国零部件供应商,受到了金融危机的严重影响,竞争力在下降。甚至有一些国内供应商面临破产,对于中国供应商而言,这就是一种机遇。而且现在各大汽车公司,受金融危机影响,纷纷裁员,高端人才正在寻找出路,对我们来说是引进人才的大好机会。另外中国供应商可以借此机会实施战略转型,包括我们的增长方式的改变,研发能力的提升,实施品牌战略,提升企业的核心竞争力,为将来大发展作铺垫。冬天并不是很可怕,只要我们胸怀大志,抓住机遇,坚定信心,脚踏实地,中国供应商一定能定走向国际化的春天。”马仿列信心十足地说道。 (文婷)

陈会松)

中国供应商国际化战略的思考与策略

球化战略中最常用和最有效的方式。走到这一步,才算真正实施了全球化,而不仅仅是出口产品”。汉德公司在国内汽车界率先尝试了以技术出口带动产品出口的道路模式,在 2007 年汉德以技术转让的方式,把技术出口到印度 AMW 公司,先从 CBU,逐步到 CKD 组装汉德车桥,转让费只是表面的收益,最大的成功在于汉德成功地把自己的产品打入了印度市场。同时,这也是中国汽车工业有史以来第一次把技术出口到国外,从而创造了历史先河。

构建全球销售服务网络 变被动出口为主动出击

“一开始,我们并不是简单地把目标定位为将产品卖出去,而是对全球的销售网络、服务网络,进行了整体规划。针对不同的市场,有不同的策略。从实施全球战略出发,而不是简单地多卖一辆”。

汉德在国外的经销商和代理商发展势头非常好,在国外的重点目标市场,设立自己的海外营销机构。汉德虽然是自身独立运营的一个公司,但也充分借助和利用了潍柴和陕汽两大股东在全球的网络,来共同搭建营销和服务平台。同时跟国外的 OEM 主机厂合作,来搭建汉德在某个区域的服务网络,这是一种非常有效并低成本的方式。而在重点市场,汉德也单独建立自己的网络以保证市场。

资本输出和技术出口 带动产品出口

“资本输出和技术出口,带动产品出口”——马仿列认为这是企业实施国际化战略的高级阶段,“如果研究一下,全球各国跨国公司,无不是从最开始的产品出口,到技术出口,再到资本输出加大技术输出,从而带动产品出口,最终达到大市场的全球化战略。这是众多跨国公司凭借其产品优势和品牌优势,在全

准备好的。所以这是很好的,有危,还有机会。

奥达科总经理徐志文:五个 M 讲解经营理念

我想通过五个 M 来讲解我过去这么多年来经营理念,我们如何服务外国的一级配套商,二级配套商。如何服务国内的配套商。第一个是设备,你要把东西做好,首先你的设备一定要到位。假设你的设备只有到某一个层次,你千万不要承诺你的工差到特别好的公差。因此设备是很重要的。

第二个人的问题,人才是关键。

第三个我觉得身为一个供应商,我们的材料来源,我们一定要对我们的客户负 100% 的责任,哪怕买材料做模具,买材料来生产零部件,我觉得材料是我们供应商一定要付出心思去考虑,去考虑的,假设你的客户愿意付给你宝钢材料的价钱,你就千万不要去买很便宜的材料去取代;在不通知客户的情况下取代这个材料。最后是害人害己。

另外一点就是方法。在整个工业的改良当中,有许多多的方法,既要传统的经验方法,又要有创新的科学方法。所以当我设计模具的时候,我招了无数的本科生设计模具,他们设计的模具比三十年老师傅做的还好。他们有好好的方法,他们对材料有认识,他们对成型有认识。

那么最后一个 M,我觉得公司的老总绝对对是品质,精益求精,优良制造的一个灵魂人物。我觉得老总永远是灵魂人物。因为我相信上梁不正,下梁歪。我们当初做的时候就是讲一定要做最好的紧固件,卖给好的就是。

有了五个 M 之后,我们一定要结合现在许多先进的制造工艺,制造方法,我觉得是有很大的提高空间的,这个对比印度,印度他们的技术方面投入比较大,我不敢说他们的效果好不好,但是我知道他们的工程师从几个方面,从接受产品行业当中的最新的技术信息这方面比我们中国做得好。

总结一下,我觉得中国的供应商,处于从开发自己的游击队的基地,到打游击战,再到锻炼好,这个阶段。机会永远是给

汽车业全球采购高峰论坛举行

前弗吉亚全球副总裁,现中床物流总裁陈业宏:何为第四方物流

简单讲一下我们第四方物流的概念。第四方物流的概念是 1998 年美国埃森哲咨询公司提出的。第四方物流是整个供应链物流的集成商,对于公司的内部或者是互补性的服务供应商,对所拥有的不同资源能力和技术进行整合和管理,提供一整套的供应链物流解决方案。在社会上也有人说第四方物流只是一个咨询的服务公司,我们并不重点讨论什么是第四方物流,我们只是把它作为一个物流的系统集成商来看待。就是由他从物流的设计,一直到实施,都由它来完成复杂的系统的集成商。我们知道在物流行业,我们不可能单独完成物流所有的环节,比如说从包装,到海运,空运,有飞机,有轮船等等。

第四方物流主要是从三个部分提供服务:无论是全球采购的采购商,还是零部件的供应商第四方物流可以提供一些增值的服务。在此基础上,我们要建立一个物流平台,用最最佳的方式来降低物流成本。然后,我们还应该建立一个比较好的培训平台,通过对我们自己的员工、客户,以及供应商之间进行相关的培训,而这些东西并不说我们在哪一个学校里面就可以学到的,这里面有很多很多和政策有关的,和物流有关的,和其他专业知识有关的课题。在这个培训中心,我们内部的员工,以及我们的某些供应商和客户培训他们的人员,了解整个物流,整个组织的全过程,以及让他们理解我们怎么能够降低成本。

金蝶软件有限公司华东区咨询总监路顺:走企业信息化之路

企业在推行精益生产管理中,其中很重要的思想之一是推行看板管理,金蝶软件有限公司通过多年实践,开发出了实用、高效的电子看板管理系统。路顺总监通过上海天纳克公司推行电子看板的实际案例,介绍了电子看板管理系统的功能和优势。

企业采用电子看板以后,就会出现一个特点,它的仓库人员拥有直接向供应商下订单的能力。它的仓库是非常像供应

商,具有自主知识产权新技术的应用,使星凯马真正跻身到国际高档车的行列。而且在应用的新技术中,多数属于自己的发明创造,其中有 40 多项申报了国家专利。

国内首次采用的 CAN 总线整车数字化控制系统,能使发动机排放达到最佳状态,实现了欧 IV 排放标准,还可以自动检测故障,给维修带来极大的方便。