

A7L 将于9月预售,上汽奥迪再提速

首席记者 李修惠

“我们计划在9月份开启上汽奥迪A7L的预售,明年1月就可以交付到客户手里。”上汽奥迪营销事业总经理贾鸣镝在接受媒体采访时说。

从成立之初,上汽奥迪就备受瞩目,无论从产品还是营销模式,都不难看出像上汽奥迪在创新方面所作出的尝试。其中,以创新发布的代理制销售模式热议度最高。

贾鸣镝表示,上汽奥迪代理制的核心和最大的优势,就是顺应新时代消费市场趋势,与消费者直联,线上线下终端价格透明统一,并能在第一时间做出响应,带来更高品

质、更高效的服务;同时,代理制模式下整个服务体系的角色发生转变,传统渠道伙伴从传统的经销商向服务商转变,轻量化运营,发挥专业服务能力,确保合作伙伴受益最大化,也能实现多方共赢。

据了解,基于实体电商生态模式,上汽奥迪将在线上创建数字服务生态系统,线下布局品牌中心和都市体验店。初期计划在约80个城市建设约200家城市体验中心。

配合全新的销售模式,上汽奥迪未来在营销方面也将采取新玩法。贾鸣镝介绍说,以往汽车行业是以产品和销量为导向,来获取流量。而上汽

奥迪将秉持“用户为先”的理念,从用户思维出发,聚焦用户运营。

奥迪是中国市场运营较成功的高端汽车品牌之一。上汽奥迪的成立,将进一步推动奥迪品牌在中国的快速发展,加速国内量产化进程,成为奥迪在华发展新的助推力。

问:限量发售1000辆的奥迪A7L先行版有什么来头?

贾鸣镝:A7L的整体造型设计基于2015年问世的概念车“Prologue”未来,它的原意是序幕。这款概念车最早被业内猜测是A9的原型车。后来,奥迪基于这款概念车先后开发了全新的A8车

型、进口A7运动版车型以及A7L车型。

从整体造型来看,A7L具有比较强的运动性能车的造型特点。其宽度是同级别车型中最宽的,车长超过5米,轴距超过3米。这辆车同时具备性能和行政两个特点。空间更大、乘坐更舒适,操控性能也非常好,所以A7L定位于C+级性能行政座驾。

问:这是上汽奥迪引进中国的第一辆车,意义在哪里?

贾鸣镝:首先,上汽奥迪希望品牌形象持续向上,让奥迪在中国豪华车市场回到领先的地位,这就需要在产品上有所创新。

A7L限量版车型作为上汽奥迪首款产品,主动式空气悬挂、后轮随动转向、激光大灯等最前沿的技术都是标配,比同级别的奔驰、宝马产品定位更高。

问:除了这款产品,未来上汽奥迪还有哪些车型?

贾鸣镝:接下来,我们将发布一款纯电动SUV,也会在明年第一季度末交付给客户。第二款车型命名为Audi concept Shanghai,这是国际汽车品牌中第一款以某个城市命名的概念车,足可以看出奥迪对于“在中国,为中国”,以及这次和上海合作的重视程度。

未来,在整个奥迪产品序列中,上汽奥迪扮演的角色就是提供给奥迪总部中国消费者的需求。中国消费者的意见现在变得越来越重要,可以左右国际品牌对市场和产品的定义。此后,上汽奥迪还将陆续推出新的燃油车和电动车。

问:上汽奥迪对上汽来说,是一个什么样的角色?

贾鸣镝:对上汽而言,我们希望研究出更多创新的营销模式。上汽有非常多的、强大的品牌,但多数处于传统的营销模式下,这些模式也面临着转型,所以,上汽奥迪尝试先走出一条路。

创业路上 奋斗有我

上汽人的奋斗故事

MG 出口“接力赛”

上汽安吉物流自主品牌出口供应链保障团队助力“国际化”战略

“尤总,您好。现有319辆MG商品车需要紧急发往澳大利亚,请安排,谢谢!”2020年11月25日,上汽安吉物流国际供应链运营总监尤菁收到一条客户发来的紧急发运需求信息,一批商品车要发往澳大利亚。这在平时并不难,可如今受新冠肺炎疫情影响,航运界普遍缺箱、缺舱,加之澳大利亚航线的主力船务公司突然改变收货条款,无法承运澳大利亚方向的商品车。

尤菁急忙召集人员,召开了“上汽自主品牌出口供应链保障团队”第一次紧急会议。这支由上汽安吉物流与上汽国际共同组建的团队,于2020年10月1日正式上线运营。这次团队遇到了澳大利亚市场

大卖和因整车芯片缺货带来的集中出货“极限挑战”。

经过讨论、分解任务后,整个队伍行动起来,团队成员王南、钱方向一家家船务公司“江湖救急”,努力筹集到319个舱位。然而,离泊时间就在4天之后。这4天将是一道从未挑战过的难关。发往澳大利亚的商品车要在出库前完成贴膜增值服务、在码头完成点检和防疫处理等一系列操作,而且从生产基地郑州到上海海通码头的公路运输至少需要2天时间。王南二话不说,把整车物流、海通码头、航运物流等安吉物流供应链的小伙伴们召集了起来,从商品车下线到船舶离泊,将工作任务分解到了每一个小时。

11月25日17点,安吉(上海)的蒋晓姝拿到任务清单后,立即通知郑州仓库经理吴爱国安排增值服务。VDC(整车分拨中心)内灯火通明,挑出商品车、清洗车辆外表和发动机舱、整理内饰、贴膜、PDI检测……单辆车做完整套工序需要30分钟。与此同时,蒋晓姝开始调配运力,40辆轿运车集结到位,移车、绑扎、确认……一气呵成,仅用了一天时间,这批商品车全部离开了郑州VDC。

此时,1000公里外的海通码头进入年末业务旺季,一辆辆轿运车在码头外排起了长龙。11月28日,从郑州日夜兼程、陆续到达的司机们一看这排队阵势,心急如焚。刻不容缓!

蒋晓姝立即协调,供应链管控团队和海通市场团队协商,一边给司机们送去盒饭和饮料,一边规整码头场地,让所有商品车快速行驶到指定地点集合。此刻,安吉国际的杨帆早已协调启动车辆离泊前的点检。当天傍晚时分,车辆进入立体库进行防疫处理,当海通码头的孔祥炯在微信群里发出了“防疫处理已完成,随时准备出发”的消息后,群里立刻“洒满”了一朵朵小红花。

11月29日午夜时分,319辆出口车随着滚装船“Shanghai Highway”,准时离开了海通码头,奔赴数千公里外的澳大利亚。

4天时间里,各种物流指令在安吉物流的海外、整车、航运、口

岸四个板块之间高效流转,全链协作,如期完成发运,又一次挑战了不可能完成的任务。这支团队打通了安吉物流的海外、整车、零部件、口岸、航运、信息等职能,在客户眼里,找到这支团队,就相当于找到了安吉物流和下属82家子公司。

319辆出口车的故事只是公司助力上汽“国际化”战略的一个缩影,反映了上汽安吉物流的效率与速度。2020年,团队出色地完成了各项紧急任务,这支女性员工占比达60%的年轻团队,更是获得了上汽集团三八红旗集体荣誉称号。(杨晶星)

微评



319辆MG汽车跨洋出海的故事,是上汽安吉物流“新四化”奋斗故事的缩影。“中国制造”汽车的国际化之路,路远没轻载。上汽安吉物流全体员工会以乘风破浪的勇气、“以诚行道、以信载物”的核心价值观、“用心服务、用情感动、用劲成就”的企业精神,为上汽集团的国际化道路,建起坚固的供应链护城河,坚决打赢出海攻坚战。上汽安吉物流党委书记 陈茜茜