



编者按:2018年齐鲁春季车展将于4月12日正式开幕。即日起,本刊将陆续推出部分知名汽车品牌的高层专访。旨在为山东市场把脉,为消费者和车友提供借鉴和对话机会,为中国汽车工业发展提供更具体的参考样本。

广汽三菱,踏上“二次腾飞”新征程

专访广汽三菱执行副总经理张跃赛

2017年对广汽三菱来说意义非凡。这一年,在“爆款”欧蓝德的加持下,广汽三菱首次突破年销10万辆,以“超去年、超目标、超同行”的成绩,在车市呈现微增长的态势情况下引起业内瞩目。

齐鲁车展前夕,本报记者专访了广汽三菱董事、执行副总经理张跃赛。张跃赛表示,山东作为全国车市非常重要的一个板块,在广汽三菱整体战略中具有举足轻重的作用。“在山东市场,广汽三菱销量近几年稳步提升,下一步将继续加大对山东市场的支持,进一步完善服务网络,让更多消费者享受到广汽三菱完善周到的服务。”



广汽三菱执行副总经理张跃赛

本报记者 戚淑军

121133辆,成绩“超去年、超目标、超同行”

高速增长的广汽三菱不断刷新着自己的销量记录,刚刚过去的2017年,广汽三菱年累计销量121133辆,同比增长93%,超额完成10万辆的年销售目标,实现“超去年、超目标、超同行”的成绩。进入2018年,广汽三菱上升势头不减,继续展现出了强劲的增长态势,1-3月份,累计销量38388辆,同比增长48%。

“我们之前陆续推出了全新劲炫、欧蓝德,以及欧蓝德2018款、荣耀版、嘉乐版,均得到了消费者的认同。尤其是欧蓝德的上市,凭借‘2047’(20万以内、四驱、七座、合资SUV)的产品优势,2.4L四驱版欧蓝德坐实了‘日系四驱’第一的宝座。”张跃赛表示,销量的提升不仅仅归因于一款车型或者一个阶段的成功,更多的来自五年来的积累和沉淀,公司更看重在体系上取得的内涵式增长。近几年,广汽三菱加快了产品、渠道、服务等全产业链布局,构筑了企业全价值链的体系竞争力,产品、市场与股东的三方支持,是广汽三菱快速发展的支撑力。

“10万辆是我们发展过程中

的一个阶段,2020年广汽三菱将冲击30万辆的目标,”对广汽三菱的未来,张跃赛胸有成竹,信心满满。

祺智启航,广汽三菱开启双品牌时代

3月10日,广汽三菱首款新能源SUV祺智PHEV全国上市,这标志着广汽三菱新能源战略正式起航,也标志着广汽三菱开启了双品牌时代。

作为行业内首款合资插电式混动SUV,祺智不仅拥有过硬的产品品质及亲民的价格,还可享受新能源汽车免购置税、不限牌、不限行等多重利好政策,一上市便引起了消费者的关注。

张跃赛表示,无论面对更加激烈的市场竞争,还是双积分政策等课题,广汽三菱都将从产品规划上,更积极主动去应对。未来,将通过雷诺-日产-三菱联盟这一平台,进一步完善企业产品矩阵、未来发展规划。在三者的共同助力之下,广汽三菱无疑会在技术与产品层面,取得新的突破。

2018,全力打造“三个一”工程

2018年,张跃赛表示,广汽三菱将全力打造“三个一工程”:建设一个世界级水准的发动机工

厂,导入至少一款全新车型,新增100家销售网点,以更加年轻化、智能化的企业形象,展现企业更勃发的生机,为消费者带来更优质愉悦的产品和服务。

目前,广汽三菱发动机工厂已在长沙开工建设,它的建成将大大降低广汽三菱发动机对外依赖,进一步提高产品的市场竞争力。发动机工厂的建设,实现了广汽三菱由单纯的整车制造企业向完善的全产业链企业突破与进化。

在市场推广的强力推进之外,广汽三菱还将不断加强消费者服务体验,并致力于建设“50公里半径的服务圈”,确保消费者在购车和使用环节无后顾之忧。

在产品营销方面,除了欧蓝德成为《歌手》指定座驾等娱乐营销外,广汽三菱还聚焦公益,独家冠名了黄金档大型原创音乐公益支教综艺节目《让世界听见》,让留守儿童感受社会大众关爱的同时,也为广汽三菱的品牌赋予了温度,让消费者记住了广汽三菱的爱心。

广汽三菱历来重视山东市场,并专门成立了山东专区对销售网络进行管理,张跃赛表示“2017年,广汽三菱销售网点基本实现了山东所有地市的全覆盖,销量在稳步提升,我们希望借助齐鲁车展这一平台,让广汽三菱在济南乃至整个山东的销量再上一个台阶”。

地点:舜耕/高新会展中心 时间:4.12—4.15