

宝骏510正式下线——

上汽通用五菱全球化再加码

经济日报·中国经济网记者 童政 周晓骏

慧眼观企

6月16日,上汽通用五菱汽车股份有限公司旗下又一款全球化战略车型——宝骏510全球车正式下线。据悉,该批510全球车下线后将主要出口南美地区,未来还将进入中东地区市场。

宝骏510是上汽通用五菱自主研发、具有自主知识产权的又一款全球战略车型,上市以来已收获上百万用户的好评。

目前,南美地区小型SUV市场正处于高速增长阶段,这意味着以宝骏510全球车等为代表的小型SUV将迎来巨大的海外市场空间。

多年来,上汽通用五菱始终聚焦用户需求,持续发力国际化发展战略,加大全球化布局力度。目前,公司已从单一的整车出口贸易模式发展为多元化全球业务格局。

早在本世纪初,上汽通用五菱就已经实现整车出口海外市场。目前,公司秉承整车出口、散件组装、整车基地建设三大战略同步发力,通过参与股东方在埃及、印度等国家和地区的项目,实现品牌输出、知识与产品输出、人力资本与团队输出、业务运营与最佳实践输出四大突破,使中国汽车在海外市场上的口碑不断提升。

在积极拓展国际市场的过程中,上汽通用五菱还创造了多项第一。作为国内第一家向海外输出知识产权的汽车企业,公司实现技术转让费“由收到收”,使中国品牌的技术创新能力获得世界认可。同时,上汽通用五菱还是第一家带领产业链共同走出去的中国汽车企业。目前,公司产品已出口40个国家和地区,覆盖中南美洲、非洲、中东地区和东南亚地区,多款车销量长期在新兴市场国家与地区市场上排名前三位。

统计显示,2019年上汽通用五菱出口汽车总量为72691台(套),海外市场销售总额达到5亿美元,同比增长



图为上汽通用五菱公司生产线。

(企业供图)

131%。其中,整车和成套散件出口量突破2.6万台(套),同比增长73.5%,"KD件"(全散件及半散件造车的总称)出口46553台(套),同比增长184%。

今年年初,面对疫情的不利影响,上汽通用五菱瞄准海外市场,依靠品牌、规模、产业链等核心竞争优势,克服多种困难,精准实施“供需连”策略。统计显示,一季度公司整车及“KD件”出口20752台(套),同比增长254%;继中东地区首批订单1660辆陆续发运后,公司又凭借产品的优异性能再获1572辆的追加订单。

今年以来,企业首款全球战略车型宝骏530全球车累计出口22191台(套)。其中,今年1月份至4月份整车出口6176辆,成为中国自主品牌SUV-

C细分市场第一名。

如今,宝骏510、宝骏530这对“全球车兄弟”将携手“出海”。业界专家预计,这两款车将帮助企业进一步提升海外市场占有率,为企业带来全新增长点。

上汽通用五菱全球化战略的大步迈进得益于其领先的产品研发能力及工程技术实力。根据不同国家和地区的特点,上汽通用五菱能够快速调整产品设计与配置。同时,其推出的“全建制一交钥匙工程”制造模式凭借极快的开发速度、市场响应速度赢得了目标市场的高度赞誉。

目前,上汽通用五菱已具备整车完全正向开发能力。作为国家技术创新示范企业、国家知识产权示范企业,公司先

后3次荣获国家级科技进步奖,并与中国汽车技术研究中心联合牵头成立中国东盟汽车标准法规研究中心,致力于将中国标准推广到全世界。

另据了解,上汽通用五菱投资40亿元建成的整车研发及试验认证中心,拥有14个国际先进的汽车整车和零部件试验场地,可以独立完成NVH噪声实验、碰撞试验、发动机台架试验等项目。

“随着国内经济稳步恢复,中国外贸将迎来新的机会窗口。上汽通用五菱将发挥自身在品牌、规模、产业链等方面的核心竞争优势,抓住海外市场增长的关键机会,为中国制造‘走出去’注入更强劲的动力。”上汽通用五菱汽车股份有限公司市场总监周研表示。

北京环球度假区是中国第一家环球主题公园,由北京首寰文化旅游投资有限公司与美国康卡斯特NBC环球公司下属业务板块——环球主题公园共同建设。

在项目推进过程中,北京环球度假区与中国多个行业领导品牌建立起战略合作关系,共同打造更好的游客体验与商业模式,共建北京文旅新地标。

北京环球度假区副总经理褚博瑶告诉经济日报记者,北京环球度假区致力于为游客提供精彩纷呈、新颖卓越的全方位、沉浸式娱乐体验,力争为主题公园行业树立新标杆。

“单靠北京环球度假区一个团队的力量,是无法实现这一目标的。我们希望通过建立跨行业紧密合作关系,打通并融合不同行业、不同品牌、不同消费渠道资源,最终为游客带来重新定义的度假及娱乐体验。这是北京环球度假区与中国市场跨行业领导品牌建立紧密合作关系的初衷。”褚博瑶表示。

褚博瑶说,北京环球度假区希望与合作伙伴共同打造一个长期可持续发展的文化旅游产业生态圈,共同推进文化旅游产业复苏与首都经济高质量发展。“我们希望通过与各行业领军企业建立战略合作关系,激发合作伙伴的‘共创’能量,拓展主题乐园体验在其他行业延伸。这些延伸不是简单的‘1+1’,而是通过协同创新创造出更多升级的可能性。”

2019年8月份,国务院办公厅印发了《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》,明确提出促进文化、旅游与现代技术相互融合,发展基于5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容。北京环球度假区也紧跟发展趋势,在新兴技术领域大胆尝试,积极创新,探索文旅产业融合发展之道。

2019年10月17日,北京环球度假区宣布与阿里巴巴集团达成战略合作,双方将共同推动主题公园及度假区的科技应用及园区数字化运营。借助阿里巴巴的智能科技、云解决方案及数字化平台,北京环球度假区将为游客带来多场景、线上线下一体化服务,并广泛运用人脸识别技术,打造未来智能化园区。届时,游客可通过刷脸方式入园、购物、点餐、游玩。

“双方的合作不仅能够大幅提升游客在各环节的游园体验,还有利于推动主题公园及度假区数字化革新。”阿里巴巴集团资深副总裁赵颖表示,阿里巴巴将助力北京环球度假区打造一个全面智能化的主题公园和度假区,为其插上“数字化”的翅膀。按照计划,双方还将在北京通州共建一片“蚂蚁森林公益示范林”,将低碳生活方式引入主题公园运营中,助力打造绿色低碳园区。

目前,北京环球度假区与阿里巴巴的合作已取得阶段性成果,阿里巴巴提供的数据设备及人脸识别入园测试设备已经入驻北京环球度假区数据中心。

作为中国知名乳制品品牌,蒙牛集团是北京环球度假区首家企业战略合作伙伴,双方早在2017年3月份便宣布达成合作。蒙牛集团总裁助理、集团市场部负责人王斌表示,北京环球度假区是中国乃至全球备受期待的度假目的地之一。双方将探索品牌跨界新实践,共同推动产品创意开发研究。未来,消费者将享受到从口味到视觉都颇具创意,且高度主题化、沉浸式的定制产品。

“国际化与年轻化一直是蒙牛的长期市场战略。北京环球度假区是广受全球年轻人喜欢的品牌,众多经典IP在中国市场上广受欢迎。希望蒙牛能与北京环球度假区在品牌层面产生更多共鸣。”王斌说。

2019年8月份,《北京市文化旅游领域开放改革三年行动计划》发布,北京环球度假区被列为重点建设项目之一。作为北京城市副中心文化旅游功能的重要支撑,北京环球度假区不仅将成为极具吸引力的度假目的地,还将拉动区域经济发展,助力北京文化旅游产业进一步提升。

褚博瑶表示,园区计划将于年内完成各项建设工作,力争2021年正式开园。

生意经

“618”当日,京东金融:

“白条”交易额3分钟突破10亿元

本报记者 周琳



今年的“618”意义非凡。这个电商节,不仅承载着广大消费者对美好生活的向往,也承担着助力经济复苏的重任。为此,京东金融将“24期免息”打造成电商节的新标配,为幸福与美好生活加油助力。当日凌晨,“白条”交易额仅用3分钟就突破10亿元。

促消费: “24期免息”成新标配

从上线数十万件免息商品,到推出任天、大疆无人机、戴森吹风机等“24期免息”爆品,再到开辟最高24期分期的免息专场……今年“618”,京东金融已将“24期免息”打造成电商节的新标配。“24期免息”范围覆盖数码、家电、母婴、酒水等众多品类,帮助消费者在品质生活与财务压力之间找到相对“平衡点”。

数据显示,今年“618”期间,京东金融通过白条免息累计拉动销售商品5000万件,“白条免息+金贴”大力度优惠方式让消费者总计节约了30亿元。

线上促销之余,京东金融还“尝鲜”线下商业。他们携手百万家品牌商户,覆盖近300座城市的多元生活场景,成为促进实体经济复苏的一种措施。

“618”期间,京东金融还与多点、嘀嗒、网易云音乐、爱奇艺等外部合作伙伴展开合作,让白条24期分期服务打通线上与线下,真正做到了内外部联动,从而促进消费增长,助力提振经济。

促销售: 助商家加快复工复产

促进实体经济复苏是今年“618”大促销期间京东金融的重要着力点。“618”期间,京东金融以多年积累

的金融科技能力为基础,联合107家金融机构,投入900亿元贷款,帮助约600万家中小微企业加快复工复产进度。同时,京东金融还通过白条免息与金贴等方式,帮助合作商家提升“客单价”超过60%。

不仅如此,京东金融还积极布局线下。他们在全国300座城市,协同1.5万家线下门店,在餐饮、商超、服装、智慧公共出行等多个领域拉动消费。

今年,京东金融还联合包括北京银行、中原银行、晋商银行、盛京银行、云南农信银行、南京银行等在内的56家银行开启“信用生活”,并联合30余家区域性银行补贴京东金融联名信用卡用户。

以北京银行、中原银行为例,京东金融借助京东到家、京东超市、京东生鲜、京东商城等消费场景,依托京东强大的电商及物流体系以及服务保障能力,为用户提供便捷、优惠的购物及金融服务体验。

保安全: 多举措让消费更安心

为提升消费者购物体验,京东金融依托一系列安全举措为这场“购物狂欢”保驾护航,保证“618”期间平台交易平稳顺畅,为广大消费者营造一个安全、有序的购物环境。

为保障交易安全,京东金融运用智能风控系统,以“1000+”风险模型“7x24小时”守护用户交易安全。

同时,京东金融为所有实名认证用户免费提供保额达100万元的账户安全保障。

同时值得一提的是,“618”期间,京东金融还通过区块链技术为7万多种商品提供溯源服务,包括食品生鲜、美妆、酒水等。

企事录

保小微、稳外贸——

中国信保再出招

本报记者 江帆

“真没想到,64万元贷款这么快就到账了,而且还能享受到优惠利率。”近日,飞赢贸易(海口)有限公司依托中国出口信用保险公司(以下简称“中国信保”)小微保单,在银行成功办理首笔“信保贷”业务,获得海南当地金融机构与中国信保合作的首单线上保单融资。

这家成立于2018年9月份的小微企业主营纺织品出口贸易。今年以来,受疫情影响,公司资金一直处于紧张状态。中国信保获悉这一情况后,主动联系银行,指导企业通过“国际贸易单一窗口”办理“信保贷”业务,解决了企业的燃眉之急。

像飞赢贸易这样的案例,在中国信保并不是个案。截至今年5月底,中国信保已累计服务小微企业超过14万家,支持企业出口超过4200亿美元,向超过1万家小微企业支付赔款9.1亿美元。

商务部与中国信保联合开展的调查显示,今年以来,60%的企业外贸洽谈均延期或取消,37%的企业国外供应链已经中断或面临中断风险,小微外贸企业压力陡增,面临巨大生存挑战。

为此,中国信保接连采取了一系列举措。在扩大承保覆盖面方面,中国信保服务小微企业8.9万家,同比增长23%,超过2019年全年水平;在理赔服务方面,向小微企业支付赔款近5000万美元,同比增长36.4%;在贸易融资方面,实现小微企业保单融资较快增长,帮助企业获得融资38.6亿元;在数字化服务方面,通过“国际贸易单一窗口”等线上渠道为近3.6万家小微企业提供承保服务。

6月10日,中国出口信用保险

公司“2020年首届小微客户服务节”在北京拉开帷幕,其目的是更好为小微企业纾困解难,支持小微企业保订单、防风险、稳经营。

据中国信保公司有关负责人介绍,本届服务节围绕“保小微、稳外贸”主题,在全国开展“三大系列活动”。

其一是全面深化服务。中国信保将在全国范围内开展“送培训、送专家、送融资、送赔款、送资信”“五送”活动,通过线上、线下组织上百场培训宣讲会,联合主管部门、金融机构、商协会等组建专家团队走访企业,开展面向小微企业的保单融资专项活动,进一步提高理赔效率,提供一揽子资信产品等帮助小微出口企业“防风险、拓市场、促融资、强管理”。

其二是创新科技赋能。中国信保将进一步推广线上渠道,优化相关应用,扩大线上服务成果,并推出拥有自主知识产权的小微专属数字化服务产品“小微资信红绿灯”及“中国信保小微学院”。

其三是启动成长计划。中国信保将启动实施“促千家小微成长,保万千在岗就业,‘小巨人’扶持成长计划”,力争用3年左右时间,向全国上千家符合国家产业发展方向的“专精特新”小微客户提供线上线下多种服务,帮助企业增加出口规模、优化业务结构、提高风控能力,推动企业发展壮大。

中国出口信用保险公司董事长宋曙光在客户服务节开幕式上说,中国信保将继续深化改革,加大创新力度,提高业务能力,力争在3年内每年服务支持小微企业10万家以上、稳定百万在岗就业、拉动千亿美元出口。

本版编辑 韩叙