



引言:没有先行者,就没有哥白尼的航海史,没有达尔文的《物种起源》,没有阿波罗号登月……先行者们带着坚定的信念和进步的
眼光为后人点亮了一条新路。世界需要先行者,市场也需要先行者。

10年广本 走出先行者之路

在任何领域和市场,先行者是需要勇气的,从1998年7月1日开始发展的广州本田,第一个引入4S店销售模式,第一个实现工厂“零排放”,第一个在合资车企中发展自主品牌……广州本田的每一步棋都下得大胆、超前,可算得上是市场的先行者。

8月20日,本报记者与中国强势媒体汽车联盟的20余名记者一起,在广州本田第二工厂增城工厂探讨了中国车市的“广本之路”。

晚报记者 舒晗



拥有超过80万的用户

广州本田总经理大河原荣次在总结广州本田十年的历程时提出,不断的创新是广州本田的成功要素之一。广州本田在国内率先引进与世界同步的产品,率先导入“四位一体”特约销售服务模式,又开创了“少投入、快产出、滚动发展”的模式等,正是这些不断的创新使得广州本田引领中国汽车行业的潮流。

7月份,国内乘用车市场整体出现了较大幅度的下滑,但广州本田却逆势飘红,当月总销量达到30148辆,挺进“三万辆俱乐部”;在销量排名前五名的主流汽车企业中,仅有广州本田一家实现了环比正增长,增长幅度高达57.09%,表现出强劲的发展势头。目前,雅阁在中国已经拥有了超过80万的用户,是中高级轿车市场无可争议的领先者。

虽然第八代雅阁在销售数量上领先,但大河原荣次表示,广州本田追求的不是单一的数量领先,更加追求品质、服务等全方位的领先。可以看到,雅阁在历年的J.D.Power IQS评比中名列中高级轿车前茅,同时,广州本田在服务等方面也不断创新,在中高级轿车中首推“三年或十万公里”保修政策,针对第八代雅阁3.5L轿车推出“VIC”服务等。

每年节约773个家庭的用水量

在增城工厂,给记者印象最深的是这里的环境。作为广州本田的第二工厂,增城工厂在设计在建设过程中,全面考虑了环保问题,在处理工业和生活“三废”以及降噪方面投入巨资,导入最先进的环境技术,处处体现了广州本田的良苦用心。

据广州本田相关负责人介绍,增城工厂不设对外排污口,生活污水及工业废水经过污水处理站的预处理、物化处理、生化处理、过滤和深度处理5个阶段,实施100%回收重新利用,在中国汽车行业第一个实现“废水零排放”,也成为本田第一个实现废水零排放的样板工厂。据介绍,增城工厂污水处理站的投资额超过了3000万,每年的运营费用就达到100多万元。但“废水零排放”项目节约自来水量为343,500m³/年,按照广州市每户家庭37m³/月计算,“废水零排放”每年节水相当于773个家庭的用水量。

同时,广州本田增城工厂涂装生产线是国内第一批采用水性涂装的生产线之一,使VOC(可挥发性有机物)的排放量降低到世界先进水平的20g/m²;而总装车间和整车检测线导入追随式汽车尾气抽排系统,直接收集汽车尾气,尾气的收集率达到90%以上;总装车间还采用了摩擦输送链,使得整个车间的整体噪音低于75分贝……



始终坚持同步引进最新车型

显然,第二工厂在“环保”方面已经走在国内汽车行业的前列,但广州本田超前的理念远不止于此,10年间,广州本田似乎总能走在市场的前列。

数年前,当汽车还是在大卖场中一辆辆卖出去时,广州本田引入“4S”模式,其他品牌纷纷跟随,导致了一场国内汽车销售的变革,消费者体验到前所未有的服务感受;同时广州本田最早奉行“产品引进与世界同步”的原则,将本田最新、最先进的技术引入国内。1999年3月,广州本田推出代表本田最新技术成果的雅阁轿车;随后引进的奥德赛多功能轿车、飞度(FIT SALOON)、两厢飞度、思迪都是本田在全球市场中的全新车型,代表了本田最新的技术水平;2003年,广州本田与国外市场同时实现车型换代,将仍然热销的98款雅阁停产,引进本田全新的03款雅阁,传奇般的连续19个月蝉联中高级车冠军;2008年,广州本田又全球同步推出第八代雅阁……

广州本田的前瞻眼光和理念使其成为中国汽车行业的先行者,不仅使国内消费者享受到与国际同等的待遇,也使得广州本田从11亿元起家造车,发展成为年销售300亿元的规模,从被业界怀疑“广州是否适合制造汽车”到国内第一家年产销中高档轿车超3万辆的企业;从零到2007年2月10日累计生产的第100万辆轿车……中国车市产生了独特的“广本现象”。

自主品牌是十年的积累

2008年4月20日,广州本田正式宣布:广州本田自主品牌的中文名称为“理念”,并启动了“理念”的品牌标识。这一消息立刻引起各界关注,广州本田又开创了合资企业发展自主品牌的先河。

“理念”将带有鲜明的两个母公司的特征,它既有广汽集团特有的低调、务实,也有鲜明的本田的技术基因,它同时集成了广州本田合资十年来的技术、人才以及理念。广州本田说,螺旋上升的品牌标识图形,表达了“理念”品牌追求领先科技、永不停步的精神。按照规划,广州本田“理念”品牌轿车将于2010年正式投产,并陆续推出全系列车型。

广州本田已经提出年产100万辆的发展目标,作为自主品牌,“理念”将占到其中的近30%。“从这个比例不难看出广州本田对‘理念’品牌寄予的厚望。”有人说,我们推出自主品牌是作秀,但不管别人怎么说,我们依旧埋头走自己的路。广州本田认为,合资企业发展自主品牌,同样是在为中国汽车产业自主创新作贡献。

大河原荣次说,在十年的合资过程中,广州本田积累了合资企业自主创新所需的人才、技术和资金等,这样才有了广州本田汽车研究开发有限公司的成立,才有了广州本田“理念”品牌的推出。这是广州本田10年最大的成就之一。

也许,广州本田只是中国汽车市场发展中的个案,具有不可复制性。但总结广州本田10年发展的历程,其经验却对整个市场具有重要的借鉴意义。

高层访谈录



把位于市场前三位的车型导入中国

——本报记者对话广州本田总经理大河原荣次

上的成功,我认为有几方面的原因:第一,广州本田始终把顾客的喜悦放在第一位,让顾客享受到全球的服务标准;第二,广州本田是首个导入“四位一体”模式的公司,保证了客户的最大利益;第三,广州本田在引入最新车型的同时,也非常重视雅阁的品质以及国产化率的不断提高,从而保证了雅阁的高性价比。

记者:7月份车市出现了下滑,雅阁为什么能够逆势而上?消费水平的提高对雅阁3.5L车型有什么影响?

大河原荣次:7月份中国汽车市场表现冷淡,但雅阁保持了良好的态势,能够取得好的成绩,有赖于消费者对雅阁的信赖,同时也是雅阁竞争力的体现。本次消费税调整幅度比较大,对3.5L车型也有影响,我们正在探讨,会综合考虑各种因素后再做决定。

记者:广州本田称每年都会有新车型的推出,是否会加大研发力度?广州本田研发公司是合资的,能否获得本田的全力支持?是否与本本田共用产品平台?

大河原荣次:目前广州本田有四个车型,今后一定会有新车型的陆续导入,而且导入产品的级别都是能够位列市场的前三位的。本田在美国、亚洲其他国家是独资,在中国是合资的,但为了广州本田的综合发展,本田不会因为是合资公司就减少投入。而且今后广州本田是双品牌运营,即“本田”品牌和“理念”品牌,同时进行事业的推进。

广州本田的自主品牌自2007年7月成立以来,正按照既定计划推进,目前正对试车跑道进行论证,我们希望研发的产品符合中国市场和消费者的需求。

记者:目前油价上涨、环境压力大,广州

本田有没有引进混合动力车型的计划?“理念”品牌是否会研发新能源车型?

大河原荣次:的确,对于汽车生产企业来说,环保问题非常重大,从节能、环保的角度,混合动力是个好办法,我们也在讨论之中。但目前是否导入混合动力车型,仍然有很多课题需要探讨。因为混合动力汽车相对普通汽车价格将会大幅提高,考虑到市场接受能力,在现阶段,广州本田还是会以节能、环保方面表现突出的车型为主。日本本田公司希望在2009年~2010年推出比汽油汽车高出20万日元的车型,如果市场成功,广州本田可能会考虑导入。

“理念”作为自主品牌来讲,广州本田研发公司什么时候才能具备研发混合动力车型的实力,也是非常让人期待的。

晚报记者 舒晗

记者:广州本田和雅阁创造了中国车市的一段历史,这个过程中,本田在中国取得的最重要的经验是什么?

大河原荣次:最重要的是雅阁有赖于顾客的爱戴和支持,其市场地位才不断的提高;同时雅阁保持了与世界同步,我们总是把最新的车型投放到中国。至于雅阁的销量