



PSA中国研发中心内的一名工作人员。位于上海的这一中心是PSA于欧洲以外设立的第一个研发中心。

图/东方IC

今年,欧债危机使得法国头号车企标致雪铁龙(下称PSA)很受伤,亏损和紧缩成了外媒报道的焦点。近日,外媒集中报道该集团今年上半年亏损高达8.19亿欧元,而去年同期则盈利8.06亿欧元。7月12日,PSA宣布将于2014年关闭法国一家工厂,并在法国境内启动8000人的裁员计划。这对于一个核心业务高度依赖欧洲的大规模区域性公司而言,它正在品尝着“鸡蛋全放在一个篮子里”的苦果。

惨痛的现实又一次告诫PSA:从全球竞争格局看,单一区域性的汽车制造商都难免前景暗淡。PSA必须摆脱固执的法语思维,把目光放到欧洲以外,成为真正的全球化企业。

实际上,2008年全球经济危机后,PSA已经开始发现东方美。大家印象深刻的应该是去年上海车展前一天的媒体见面会上,PSA集团总裁瓦兰的激情演讲,他响亮地喊出了2015年要在中国占据8%的市场份额。紧接着是其宣布跟长安的合资项目,并宣布一季度合资公司84亿的投资承诺。这在业界掀起了议论的浪潮:这头法国雄狮在华终于觉醒了吗?

从3008 SUV等新产品的陆续引进、合作伙伴神龙公司的营销改革、进口和国产渠道的整合,再到押宝涡轮增压发动机战略,从这些行动看,作为一个落后者,它的确是想在中国市场赶个晚集。虽然没有大家预期的果敢和神速,可这就是法式效率,先喝杯咖啡晒晒太阳外加度假再谈别的吧。

B17-B18版专题采访
新京报记者 梁静晶

标致雪铁龙:开始发现东方美

营销改革、渠道整合、品牌重塑,PSA以自己的步伐在华追赶领跑者

全球战略,中国需要单独部署

“如果PSA横向对比一些其他外资方对中国的权重,就会明白,自己的力度仍旧不够”

“亚洲打包”

推进PSA的全球化进程,这是集团总裁瓦兰上任时即有的发展思路。2009年10月,PSA出台未来三年的投资计划。通过实现这一外界所称的PSA拿破仑式计划,目的是保证2012年之前,集团45%的收益来自中国、拉美和俄罗斯的市场。

他认为,PSA集团最重要的市场在欧洲、中国、拉美和俄罗斯,希望将PSA在后三个地区市场如今拥有的3%-6%的市场份额提升至10%。2009年,PSA在

欧洲以外的市场销量占其全球销量比重的33%左右,2011年上半年则增长至39%,瓦兰计划到2015年这个数字要再度提升至50%以上。

从PSA的战略考虑上看,它已经发现和承认东方以及拉美等新兴市场的潜力,这是开局的第一步。然而,记者注意到,PSA对于“中国”的理解和考量仍旧是整体打包在亚洲新兴国家方案里,即没有把“中国”上升到可以单独部署的市场。

从其机构设置上也能发现这点,PSA不像其他的外资企业——他们在中国基本都以诸如丰田(中国)、日产(中国)等投资公司的形式存在,而PSA的机构形式为近两年刚升级成立的“亚洲运营部”。顾名思义,它并非

完全服务于中国。据介绍,总部设立在上海的PSA亚洲运营部管辖范围包括中国、印度、日本和韩国,只不过PSA在日韩的业务小到几乎可以忽略不计,同时其在印度的投资计划也没有全面展开,所以,这个机构的业务重心目前在中国。

向绿灯学习

瓦兰接受采访时提到,现在PSA在中国的员工达到17000人,也就是说占集团全球员工总数的10%左右。而且2008年标致雪铁龙集团在上海设立了欧洲以外的第一个研发中心。“为了进一步表示我们对中国战略的决心,我们任命了执委会成员奥立维作为亚洲运营部总裁,并

常驻上海。”

在瓦兰看来,这足以体现PSA对中国的重视程度。当然,他是在跟过去的自己比较。要知道,近几年在华高速增长的合资企业,已经不仅仅从产品投放和技术引进等战略层面上做了大投入,还包括在一些突发事件的细节处理上也为中国市场开通了绿灯。在日本大地震全球零部件短缺导致车辆面临供货断档时,日产以最快的速度发号施令:倾全球的资源保证中国市场。北京7月21日一场暴雨引发进口备件供应告急,宝马也表达了姿态:为中国开辟零部件的紧急通道。

如果PSA横向对比一些其他外资方对中国的权重,就会明白,自己的力度仍旧不够。

押宝动力总成战略

“按照计划,2015年之前,东风雪铁龙将在中国推出EP、EC、EB三大系列6款全新发动机、两款全新变速箱,以及STT微混技术”

“5年12款”

在中国,PSA依旧保持了它有条不紊地推进各项变化的速度。2010年,标致雪铁龙承诺将在未来5年内投产12款新车型。自此,“5年12款新车”几乎成了东风标致和东风雪铁龙中、法所有高管在应对媒体时言必提及的口号。

2010年4月份,标致品牌迎来了在华的换标行动。当时,由于冰岛火山灰而无缘那一年北

京车展的标致品牌全球总裁朗博文,以越洋电话的形式接受记者采访时称,标致品牌在华要谋求核心位置,并宣告未来肯定会引进SUV产品。

2011年7月10日,东风标致终于迎来了它的第一款中高级车508,它的经销商们也终于盼来了稍可观的利润源。这款车是标致第一款融入中国消费需求的产品,在2010年的巴黎车展上,朗博文谈及对508的销售前景时表示,按照标致的规划,2012年,508的产量计划达到20万辆,中国市场会占到6.5万辆左右,也即中国市场将承担508全球销量的约三分之一。

今年底,东风标致将迎来它的首款国产SUV 3008;东风雪

铁龙下半年也将带来全新的中级车C4L。

随T而上

PSA在华正紧锣密鼓地推进它即将在成都车展发布的动力总成升级战略。今年的北京车展上,标致雪铁龙的一大亮点是专门展示了它跟宝马合作研发的EP系列发动机。东风雪铁龙品牌部总经理潘家年表示,动力全面升级是未来的重点。按照计划,2015年之前,东风雪铁龙将在中国推出EP、EC、EB三大系列6款全新发动机、两款全新变速箱,以及STT微混技术。

其中,EP发动机就将分别搭载在C4L和3008上。

此外,PSA也开始搭“涡轮增压”这趟车,它似乎要摆脱多年来留给人的“技术落后”的印象。在东风标致408的论坛里,为网友所诟病的是其变速箱仍旧是落后的4速。不过不用等很久,今年10月份,408的变速箱就将升级为6速,发动机也同时换成1.6升的自然吸气机型。

这几年,中国市场流行起了涡轮增压技术,PSA顺势而为很好理解,可能否凭借这个动力总成升级战略而打出一场漂亮的翻身仗,仍需拭目以待。毕竟,现在连广汽菲亚特这样的新兵,初入市的第一款产品都匹配涡轮增压发动机,可见“T”的追随者不少,PSA能不能赶上今晚集还不好说。(下转B18版)