



化疫情之“危”为汽车产业发展之“机”

李书福:变局之下,车企如何赢得未来

新冠疫情蔓延,全球多国形势严峻。作为一家全球化企业,吉利收到了来自不同国家地区的协助抗“疫”请求,吉利控股集团携手李书福公益基金会计划向全球13个国家提供超2300万元人民币的医疗物资捐赠。4月16日晚,计划向白俄罗斯捐赠的总价值534万元的医疗物资,首批已被白俄空军专机提走。

在国内,疫情防控进入下半场,如何经济重建以及企业尽快走出危机成为了当前最热的舆论话题。复工复产第一线,吉利又作出了车企表率。4月15日,央视财经《对话》聚焦汽车行业,对话吉利控股集团董事长李书福,并对位于浙江余姚的领克工厂进行了24小时“云直播”,对吉利复工复产生产线进行“云监工”。30多分钟的对话中,李书福妙语横生,金句频频。



“只有持续地创新,才能带动中国制造业高质量发展,中国汽车工业也只有形成自主创新能力,全面掌握核心科技,才能对世界汽车工业有更大贡献,才能得到全球同行和用户的尊重。”

化疫情之“危”为汽车产业发展之“机”

车企停工、零部件断供、原材料吃紧,全球汽车工业面临着严峻挑战,而中国汽车工业许多核心零部件仍需依赖进口。变局之下,中国车企如何才能严寒中持续生存,赢得未来?

采访中,李书福表达了对汽车工业未来的思考。他认为,疫情以后,世界各国的汽车行业都可能会有一些战略上的考量,中国汽车工业也应该要思考中国的汽车工业如何在零部件方面更好地实现本土化,掌握真核心技术,形成上下游产业链竞争优势,这样才能真正地为中国汽车工业可持续发展做出贡献。

做出贡献。

“只有持续地创新,才能带动中国制造业高质量发展,中国汽车工业也只有形成自主创新能力,全面掌握核心科技,才能对世界汽车工业有更大贡献,才能得到全球同行和用户的尊重。”李书福说道。

同时,李书福也表达了吉利高质量发展的信心。吉利始终坚持以下四点:一是科技为本,创新发展;二是开放合作,协同共赢;三是坚持人才培养,锤炼工匠精神;四是以市场为导向,以用户为中心,持续为用户创造价值。“这也是吉利持续赢得未来的关键!”

以对生命的尊重 来造“安全健康车”

疫情之下,公众对于出行的安全和健康格外关注。基于此,吉利汽车先期投入3.7亿元人民币,率先启动了具备病毒防范功能的“全方位健康汽车”研发工作,也就是广受关注的“戴N95口罩”的车。其中,“车规级CN95高效复合空调滤芯”作为首个项目,已获得中国汽车技术研究中心华诚认证中心和德国TÜV莱茵集团的官方认证。

“全方位健康车”不仅能起到隔绝其他细菌、污染物的作用,还可以达到具备防毒、杀毒、无毒的生化防御水准。据了解,全方位健康汽车的理念也将

逐步应用于吉利其他量产车型当中,吉利老车主也可以去4S店,为车辆添加N95标准的过滤装置。李书福说:“这是我们对生命的尊重,吉利将为用户的生命健康保驾护航。”

困难是暂时的,美好是永恒的。在全球经济动荡加剧、汽车行业进入存量时代、新冠疫情蔓延等多重压力下,吉利担起了作为全球化车企的社会责任,也在颠覆性技术席卷全球汽车产业的当下,主动迎接变革,与全球创新伙伴合作,共同打造未来立体出行新生态,向着未来出行科技集团的转型稳步迈进。

吃、住、行、游、购、娱全覆盖

商旅集团携旗下20家企业推优惠活动提振消费

家住杭州新华路水陆寺巷的高大姐最近往家旁边的世纪联华庆春店跑得特别勤快,因为她发现店里的折扣活动比以往多了很多。昨天,她买到了一盒500克的高山黑猪汤骨,特价38.8元,还送一盒价值22.8元的200克猪肉馅。

“这个牌子的黑猪肉平时都不打折的,现在不光降价,还送了肉馅,我又凑了两个土豆,用上了10块钱消费券,太划算了。”高大姐笑着说。

而高大姐只是众多享受到联华提供的福利的市民之一。联华华商相关负责人表示,近一个月来,联华华商投入千万级的促销力度:“快乐5+2”天天有券送,每周二三线上甄选APP充值就送券,4月7日至5月5日,浙江世纪联华支付小程序4.9元抢购27元优惠……各种让利活动让市民感受到了实实在在的优惠。

联华华商为市民提供的优惠福利正是杭州市商贸旅游集团有限公司“有生活的地方就有商旅——商旅消费季”活动的缩影。

日前,杭州市商贸旅游集团有限公司配合政府提振消费系列举措,紧扣消费热点和趋势,携手旗下MAG解百集团、联华华商、饮服集团、宏逸投资、仁和集团、印象西湖、黄龙饭店、西溪投资等20余家企业策划了形式多元、内容丰富的促消费活动。

具体有哪些优惠活动呢?“商旅消费季”可以说涵盖了市民吃、住、行、游、购、娱的需求。知味观、味庄、杭州酒家、天香楼、奎元馆、杭帮菜博物馆等最受欢迎的本帮菜饭店推出100抵130、200抵240、300抵360活动,还可以跟杭州消费券叠加使用;黄龙饭



店推出客房双早双晚特惠价1380元;《最忆是杭州》门票买一送一;解百城市奥莱春夏服饰1折起再享折上折……完美诠释了“有生活的地方就有商旅”这句口号的含义。

从消费者反馈各家的销售数据来看,“商旅消费季”大大地刺激了市民出门消,为进一步提振消费动力起到了作用。

联华相关负责人表示,在折扣叠加消费券的双重刺激下,旗下各世纪联华门店客流增长明显,平均翻了一番。

MAG解百集团的数据显示,4月3日至6日期间,集团旗下三家商业综合体销售额总计超过7400万元(含部分租赁物业销售),环比3月27日至30日期间的销售额增长35.85%——其中,杭州大厦推出“时尚消费周”活动,通过“美妆甄选礼盒惊喜价”、“潮流服饰折上再享满千送百”吸引消费者,同时,为

最大程度承接消费券“四两拨千斤”效应,商场支持消费券与让利促销叠加使用,使杭州大厦在活动期间整体销售额接近6500万元,环比前一周增长28.63%。

上个月,杭州召开“战疫情 促发展”工作推进会,会上明确提出将适时推出“杭州消费嘉年华”。在确保疫情防控措施到位前提下,各类“杭州消费嘉年华”系列活动已盛大开启并不断升温。此次推出的“商旅消费季”正是商旅集团献给消费者的一场嘉年华。在杭州发放的五期消费券之外,集团旗下20余家企业优惠福利“大放送”也为进一步提振消费动力贡献了作用,全面落实了市委市政府“两手硬,两战赢”的指示与“战疫情、促发展”会议精神,在激活杭城消费市场的同时彰显出商旅集团的国企担当。据悉,下一步,商旅还将紧扣消费热点和趋势,策划形式更为多元、内容更为丰富的促消费活动。颜一顾