

# 绿色惊喜席卷“东方巴黎” 奇瑞新能源上海联合上市

寻找城市之美,爱上出行新体验!奇瑞新能源“探索纯净之旅”上海站终于如期而至。5月27日,“东方巴黎”上海迎来了一次绿色新潮流,国内纯电动汽车的领航企业奇瑞新能源携时下收获市面良好口碑的瑞虎3xe400、小蚂蚁300两款热门车型,重磅开启“瑞虎3xe 400&小蚂蚁300上海区域联合上市会”,进一步将全新的出行生活方式带到上海市民的身边,同时送出一系列优惠购车惊喜大礼。5月28日,带着广大网友的期待,奇瑞新能源瑞虎3xe 400、小蚂蚁300组成的车队启程来到“探索纯净之旅”的第三站上海,展开一段探寻手工艺传承之路的旅程,这也是奇瑞新能源“探索纯净之旅”活动继发现大理淳朴之美、纯享广州美食之后的又一全新出行新体验,一路上带广大民众找到回归纯净本心的幸福感。

作为国际化大都市,上海自古以来就是时代的“坐标”,最

先映入脑海的就是东方明珠、展现东方女性魅力的手工旗袍,还有丰厚的海派文化。高楼耸立的现代城市中,依旧可寻到上海老弄堂的影子,繁华之处让人能够寻得一份纯净。

据悉,自国家大力实施推行新能源汽车相关政策之后,上海一直走在时代的前端。数据显示,目前上海市的纯电动车保有量达4万台左右(含商用车),其中纯电动乘用车达到2万台左右,同时共享出行市场对新能源汽车的需求量在6000台左右,形成了良好的用车局面。对此,奇瑞新能源正在以前瞻性的创新思维,重新定义新能源汽车出行生活方式。

带着对这座活力之城的好奇,奇瑞新能源车队一行踏上找寻传承工艺之美的行程。整段探索旅程中,瑞虎3xe 400、小蚂蚁300依旧凭借超长续航、同级领先动力性能、超大空间、先进智能配置等优势以及历经隧道、高架桥、乡镇小路等复杂路况的强劲动力表现出色,两款车型的品质就



像上海传统翻新制作的“老衣服”,匠心手工艺的磨练下打造经典,有着异曲同工之妙,提供给广大上海市民更优选择。奇瑞新能源将会投入更多资源,加速在绿色出行生态的布局,届时将有更多的奇瑞新能源车型出现在各大城市的街头,为用户带来更好的绿色出行体验。

旅程不停,发现生活之美。接下来奇瑞新能源“探索纯净之旅”将进入到素有“华北绿宝石”之称的塞罕坝,奉上辽阔无垠的草原风光,并且展开绿色树木种植公益活动,担起大美中华的环保责任!“真400,新发现!”瑞虎3xe 400、小蚂蚁300“探索纯净之旅”,更多精彩一起期待!

## NISSAN全境挑战赛第三季合肥站成功举行



5月26日-27日NISSAN全境挑战赛第三季“五星豪门一起上场”合肥站在明珠广场安徽国际会展中心举办,给合肥的广大消费者带来前所未有的极限挑战,展现东风日产SUV家族的极致越野性能,沉浸式场景,利用冰川、山林、沙漠等极限场景与合肥的都市色彩相结合,给予广大消费者不同的感官体验。

此次全境挑战赛将紧跟足球热点,以全新奇骏、全新

逍客为主要试驾车型,同时增设途达体验专场,七大挑战科目结合三大途达专属体验,打造真实越野场景试驾。

东风日产SUV家族全新途达,全新奇骏,新楼兰,全新逍客,劲客庞大阵营不断丰富客户的购车需求,希望东风日产并不仅仅只是一个家庭的代步工具,更多的期望是给予消费者家庭智能型,便利性,服务型,多方面的伴侣机器。

此次NISSAN全境挑战赛第三季更多的是想让更多广泛的消费者了解东风日产,深度认知东风日产SUV家族,通过切身的体验去理解东风日产的每一处做工,每一处做车的想法从而对东风日产有更加深刻的认知。

东风日产进入智能时代以来,一直希望以科技智能的发展方向给予广大客户全新的用车感受,也希望通过此次试驾会刷新合肥客户对于东风日产SUV的全新认知。让我们一起为NISSAN全境挑战赛第三季“五星豪门一起上场”加油!

## 校π小程序 即将上线发布

笔者日前获悉,一款由安徽九广全景智慧科技有限公司研发的致力于智慧在线教育的平台——校π将在本周末上线发布。本着“秀才不出门,尽览天下名校”的理念,着力打造涵盖“搜索、发现、live、我的”四大板块的一站式高校全景体验平台。上校π,看名校,解决学生和家長最关心的教育问题。足不出户,就可览尽天下名校。毫不夸张地说,安徽九广全景智慧科技有限公司的这款产品“校π”的确惊艳。它的上线为学生和家長对各高校校园的线上了解和全景体验提供了创造性的条件。利用VR技术,全方位展示各高校的实景状况,让学生们对未来自己的成长环境能有一个全面细致的了解,这在教育事业的发展上,可谓是里程碑式的创举! □邹传科

# 安徽万达环球国旅“变形”记

“我们用了将近一年的时间,初步搭建起了万达环球国旅(以下简称环球国旅)的‘阿米巴模式’。虽然时间尚短,还看不到明显的经济效益方面的增长,但是,各个分(子)公司在专业性、服务水平方面的提升还是很明显的,市场前景也越来越乐观。”近日,在接受专访时,徐华玉欣慰地说。 □邹传科



## 构建环球国旅版“阿米巴模式”

徐华玉口中的“阿米巴模式”,是由日本“经营之圣”稻盛和夫独创的一种经营模式。在日语中,“阿米巴”的意思是变形虫,这种生物可以根据外界环境的不同改变自己的体态,从而保持较高的成活率。2017年环球国旅位列安徽“十强旅行社”之首,但是,徐华玉依然有着强烈的危机感。所以,徐华玉决定环球国旅继续“变形”。“遵循‘平台+创业’的原则,将环球国旅原有的业务板块进行拆分,成立分(子)公司。分(子)公司不设职能部门,环球国旅作为投资平台、咨询管理平台和整合平台,统一设置各职能部门。到目前为止,在安徽省内,环球国旅设有9个分公司,分公司的目标是成为区域性的综合性旅行服务商。而在合肥,我们根据各个细分市场成立了12家子公司。比如,3至16岁的细分市场,由行知学堂负责;25至55岁这个年龄段又细分为三个板块:产品公司服务于大众市场,一起游公司服务于家庭市场,定制旅游主要满足圈子旅行及相对高端的客户,更多地服务于中产阶级;‘老顽童旅游俱乐部’服务于55至75岁之间的银发市场。同时,为了服务这三大板块,又成立了几个配套公司,包括导游公司、广告公司、商务会展公司、航空票务公司,配套公司服务于所有的细分市场。‘老顽童旅游俱乐部’、行知学堂、产品公司又服务于全省的各个渠道,他们既做产品研发,又做渠道开发,采取批零兼售的经营模式。”

“至此,环球国旅内部就形成了很多闭环。分(子)公司一律采取环球国旅控股,该公司自然人持股的方式,让人人都有机会当老板。这个构架去年一直在推进,今年年初所有的分(子)公司都成立了。今年,我们还把所有的职能部门——导游部、市场推广部、人力资源部、行政部、网络技术部、财务中心并在

一起,作为一个虚拟的咨询管理公司,把成本中心变成虚拟的利润中心,公司经营的好坏由其服务的各个分(子)公司决定,服务得好提取的服务费也高。”

## 努力打造自己的核心竞争力

虽然“阿米巴模式”构建不久,但徐华玉认为“效果已经显现”。“比如,原来的产品公司里产品和销售是捆绑在一起的,经常出现设计产品的人指责销售不给力、销售又认为产品设计有问题,相互指责、推诿。现在完全市场化了,销售端允许外采一部分产品,产品公司也可以服务于其他旅行社。对于产品公司来说,其他分(子)公司是客户、是服务的对象。统计数字显示,今年截至目前,销售端的收益提升了,产品公司的收益也提升了,提升一方面是毛利率的提升,另一方面是市场规模的增长,增长率至少在15%以上。”徐华玉说。

统计数字让徐华玉十分乐观,他相信“环球国旅的‘变形’大概需要两到三年的时间可以完成,而且不会有哪个分(子)公司在市场竞争中消失,因为设立一家分(子)公司,要有三种基本保障:第一有相应的人员去做,第二要具备一定的市场,第三这个市场要有一定潜力。如果不具备这三个条件,我们会把这家公司放到万达环球这个平台上培育一定时间,从某种程度上来讲,万达环球也是一个孵化器。”

徐华玉透露,未来,在某个细分市场上也有连锁发展的可能性。“某个细分市场做好了,做出一种模式,也有可能做成全国性的细分市场品牌。未来的环球国旅会在多品牌运营的情况下,成为一个综合性的平台公司,最终走向资本市场。但是,我们并不急于走向资本市场,因为获得资本青睐的前提是具备一定的核心竞争力,环球国旅的近期目标就是打造自己的核心竞争力。”