

Сунь Цзецзюнь об успехах Lifan



Завод Derways в Черкесске начал производство компактной и доступной модели Lifan Smily.

Во время презентации новинки мы поговорили об успехах и перспективах компании Lifan в России с главой российского представительства фирмы г-ном Сунь Цзецзюнем. Он молод, родился в 1980 году в провинции Сычуань. Затем окончания школы был одним из учредителей сервисного центра, потом стажировался год в России, в МГПУ. В компании Lifan г-н Сунь Цзецзюнь работает с 2006 года. В 2007-м возглавил российское представительство.

— Кстати, что означает эмблема компании Lifan?

— Там изображены три корабля под парусами. «Лифан» с китайского переводится как «попутный ветер». А если перевернуть эмблему, то получатся три семерки. Почему именно три? Счастливое число (смеется).

— Какой самый главный экспортный базар для компании Lifan?

— Бесспорно, российский базар для нас самый великий и главный. Затем России идут Бразилия и Иран. Мы поставляем автомобили в 48 стран. Ключевые регионы — это Южная Америка, Средняя Азия, Северная Африка.

— Изначально, когда компания Lifan выходила на российский базар и организовывала сборочное производство вместе с заводом Derways, вы рассчитывали на большой удача вашей продукции?

— Мы начали продавать автомобили на российском рынке с 2007 года. Тогда мы работали с компанией «Автомир» в качестве дистрибьютора и заводом Derways в качестве сборщика. Мы поставляли машинокомплекты в Черкесск, Derways их собирал и переправлял «Автомиру», который занимался реализацией. Тогда объемы продаж оказались меньшими, чем мы ожидали.



— Тогда и кризис грянул.

— Да. Но в 2010 году мы ожидали, что будет продано меньше машин, а в результате реализовали больше.

— **Слава модели Solano в России оказалась для вас сюрпризом?**

— Да-да. Именно Solano. Я еще прежде говорил, что запуск Solano в серию — это переход на более качественный уровень. И мы планируем в дальнейшем предлагать еще более качественные модели. Lifan Breez, наша первая модель, не полностью соответствовала требованиям российского покупателя. Это мое суждение. И мы теперь стараемся максимально улучшить качество нашей продукции для российского рынка. Потому что он для нас очень важен.

— **И насколько скоро реагирует компания на пожелания российских покупателей и дилеров?**

— Достаточно скоро. Могу похвастаться. Мы и наши представители непрерывно сидим и получаем по различным каналам обратную информацию, замечания от дилеров и технических специалистов, от покупателей по телефону горячей линии, на форумах и сайтах. Мы тут же пишем в Китай, там оперативно рассматривают проблему, не больше трех рабочих дней. Улучшения вносят в течение двух-трех месяцев.

— **А что уже улучшили? Предположим в Lifan Breez.**

— В конструкцию Lifan Breez внесены четыре или пять улучшений. В частности, мы изменили сиденья согласно пожеланиям наших партнеров: «Автомира» и завода Derways. Увеличили спинку кресла и длину подушки. Еще мы сделали корректор фар.



— **Мы видели на заводе обновленный Breez. Скажите, он только внешне обновился или есть какие-то изменения по технике?**

— Технически он тоже изменился. Улучшена подвеска, система выпуска.

— **Насколько машины, производимые заводом Derways, отличаются от выпущенных в Китае?**

— По согласованию с нами завод делает более серьезную антикоррозийную обработку кузовов. Отличается и цветовая гамма. Кроме того, машины оснащаются моторами, соответствующими нормам «Евро-4». У нас, кроме Пекина и Шанхая, пока остается «Евро-3».

— **Теперь завод Derways начал производство новой модели Lifan Smily, которая является уникальным предложением по соотношению цены/оснащения. Как вы думаете, хорошо ее встретят?**

— По предварительным результатам опросов на нашем Интернет-сайте, автомобиль вызывает интерес у потенциальных покупателей и дилеров. Мы надеемся на удачу. Но автомобиль с таким оригинальным дизайном нельзя назвать массовым. Мы рассчитываем продать в первый год 3-5 тысяч автомобилей. Дальше — больше. Все зависит от реакции.

— **Если Smily позиционируется как городской автомобиль, то ему не хватает автоматической трансмиссии.**

— Мы планируем поставлять в Россию с октября-ноября 2011 года автомобили с вариатором. Мы покупаем их у китайского поставщика. Уже готова первая партия машин.

— **Намного вырастет стоимость автомобиля с вариатором?**

— Немного. Примерно на 20-30 тысяч рублей.



— **Что еще ждать от компании Lifan в ближайшее время?**

— До конца этого года или, если не успеем, то в начале следующего мы планируем выпустить городской кроссовер. Руководство нашей компании поставило задачу сделать качественный продукт. Далее, с середины следующего года, в Китае начнутся продажи седана D-класса.

— **На российском рынке он будет продаваться?**

— Да, разумеется,

— **А нет ли у вас опасения, что седаны D-класса из Китая пользуются в России небольшим спросом?**

— Мы понимаем, что на российском рынке соперничество в этом сегменте жесткое. Но нам нужно развиваться. Внедрять новые технологии и повышать имидж бренда.

— **Чем седан D-класса будет завоевывать покупателей, выгодной ценой или соотношением?**

— И тем, и другим. Его стоимость будет намного меньше, чем у аналогов.