

4 管理案例 Management Case

英菲尼迪全球总裁:智能交通改变中国城镇化未来

克鲁格对记者表示,将全球总部迁移至中国香港,是希望贴近市场,并传递一个信号——仍然坚定看好中国市场。他表示,虽然中国市场已有众多老牌豪华品牌,但英菲尼迪希望跻身一线品牌。“希望未来某一天,我们能与他们平起平坐,这当中存在许多机会。”他说。但是他拒绝给出一个明确的市场份额目标,只是表示将“继续扩张”。

在当天进行的中国发展高层论坛上,克鲁格表示中国正在进行历史上最大城镇化进程,全国有1.5亿辆汽车,2.5亿人持有驾照,还有35个城市内拥有超过100万个停车场。他表示,未来汽车行业不仅将提供产品,还将提供一体化的服务平台。

在受访时,克鲁格表示,在提供这个一体化平台时,汽车上的一切系统必须和基础设施网络相连接,将能够避免拥堵,减少排放。“这是城市汽车管理方面非常重要的方法。现在车里已经有了这样的系统,但还是需要其他伙伴的支持,需要将其与公共设施部门联网。”他说。

而随着私人汽车的使用率提高,个人出行和公共交通将出现重叠,克鲁格表示,这将为第三方服务的提供者创造很大的空间,将会出现新的商业模式,例如汽车共享,就是其中之一。他认为,所有这些系统一旦全部到位,将构筑中国城镇化进程的未来。

他并不认为公共交通或者私人交通两者是非黑即白的对立关系。他表示,在一段时间内可能公共交通是合适的解决方案,但当一种新的技术或者新的商业模式出现的时候,整个社会交通系统的运转就可能发生改变,“我们今天可能还不知道将来会发生什么”。

以下是记者专访英菲尼迪总裁罗兰·克鲁格实录。

中国是英菲尼迪全球最大机会

记者:大概两三年前,英菲尼迪宣布将总部设在香港,由此显示将中国作为重点,您如何看待这个重点市场?

罗兰·克鲁格:我们将总部搬到了中国,搬到了香港,这对我们来说是非常重要的举动。因为我们希望能尽可能贴近市场,这也对市场传递了一个重要信号,那就是我们对中国市场的坚定信心。因为对我们来说,中国是最大的增长市场,也是英菲尼迪全球最大的机会。

记者:中国市场对英菲尼迪意味着什么?

罗兰·克鲁格:英菲尼迪的品牌是26年前在美国创立的,那么直到今天,美国依然是最大的市场。当前,美国市场大约占了我们全部销量的60-65%。当然我们要继续发展,我们希望能乘着中国经济增长的东风来发展我们的全球业务。去年11月,我们开始了本地化生



3月22日,英菲尼迪全球总裁罗兰·克鲁格在中国发展高层论坛接受新浪财经专访时表示,智能交通将改变中国城镇化的未来。中国也是汽车行业最大的增长市场,是英菲尼迪全球最大的机会。

产,型号是Q50。两个星期前,我们推出了QX50,这是第二款本土制造的车型。我们还会继续这样做来充分挖掘中国市场的潜力。

记者:英菲尼迪在中国市场的最终目标是什么,是跻身宝马或奥迪一样的一线品牌吗?

罗兰·克鲁格:当然,这其实已经是我们的策略。英菲尼迪希望成为豪车市场上的一线品牌。不得不承认,中国豪车市场上已经有了捷足先登的品牌,我们的销售规模还无法与这些老品牌相提并论,但我们的目标是成为第一序列的厂商。销量当然是重要的,但品牌定位也很重要。我们的品牌策略还会加强,我们会扩大经销商队伍,我们乐于扩大规模,也乐于投资于人才。我们会确保时刻处在最优状态,由此来充分把握我们在中国市场看到的机会。

记者:据我所知,英菲尼迪在中国豪车市场上的占有率大概是3%,您对市场份额有什么目标?

罗兰·克鲁格:具体市场占有率也要看你是如何界定市场领域。更为重要的是,在市场占有率方面,我们会继续增长,会继续扩张。至于具体的预测,在这里很难做出,但我们肯定会继续扩张。

记者:英菲尼迪目前在中国只有湖北一家工厂,那么有没有计划在华开设新的工厂?

罗兰·克鲁格:我觉得万事皆有可能,未来我们还会推出新的车型,那么我们自然会考虑,哪里才是最合适和最佳的地点来生产这些车型。

记者:英菲尼迪去年在北京开设了设计中心,您怎么看这个中心?

罗兰·克鲁格:把握市场机会和未来发展趋势是极为重要的,因此如果说到设计中心,当然设计中心的职能包括设计汽车、汽车零部件和内部装饰等,但另外一个重要功能是把把握市场发展趋势,同时要给年轻的设计师提供成长的空间。与此同时,我们也珍视这些年轻设计师的创意,并一一将这些创意融汇到我们的汽车中,这个设计中心提供了这样的好机会,我十分期待这个设计中心会有更多的好作品问世。

记者:有什么中国特色?

罗兰·克鲁格:我们将要亮相的新车也是在这里设计的,这个已经宣布过了,这是北京的同事设计的。

记者:会不会有更多的设计人员加入北京设计中心?

罗兰·克鲁格:当然,随着时间的发展,我们会继续扩张,毫无疑问,我们会继续扩大自己的组织机构。

希望未来能与豪车品牌平起平坐

记者:您是如何看待中国市场的,因为众所周知,由于经济增速放缓和反腐败等原因,中国的豪华车市场增速在放缓,中国市场前景如何?

罗兰·克鲁格:我们的绝对销售规模依然很小,还无法与其他的豪车老品牌相提并论,希望未来某一天,我们能与他们平起平坐,这当中存在许多机会。

如果你关注市场,你就会发现我们对自己的品牌定位十分坚定,而且我们正在用产品质量和服务来赢得市场。我们的“敢爱”就是极好的市场定位,最恰当的时机,这就是英菲尼迪的定位,我们会调整其他一切来配合这个市场定位,包括营销计划和售后服务。因此现在还是有机会,实际上有许多机会,尽管许多大的厂商的增长目标可能很低,但我们觉得在中国市场还是有大的增长空间。

记者:但中国整体市场不佳,您不认为这对英菲尼迪来说是风险吗?

罗兰·克鲁格:我能给你一个新的角度来看待吗?一个新的角度。当前市场还在高速增长,现在市场增速大概是6-7%,或许市场会回到10%的增幅,但不管如何,肯定不会重复以

前那种超高速增长。但如果你把这样的增长数据与发达国家的市场增速比,他们肯定会十分羡慕中国这样的增速。因此,如果你来使用以前两位数的增长数字比,现在的增长似乎慢了,但对于英菲尼迪来说,中国市场有着巨大的潜力。

与经销商的问题“放在桌面上谈”

记者:众所周知,中国的汽车经销体系并不完善,去年汽车经销商和宝马等制造厂商之间就产生了矛盾,那么您如何看待英菲尼迪与经销商之间的关系,会不会产生类似的冲突呢?

罗兰·克鲁格:要知道,我们一直都跟经销商保持了良好的沟通,跟经销商有很好的对话。我们会把一切需要讨论的问题都放到桌面上来谈,我们还将继续这样做。我们和经销商的关系非常融洽,我们也十分重视和经销商的关系,这就是为何我们要打算继续扩大我们的经销商网络。现在情况很好,我个人认为,构建在互信、透明度和良好沟通基础上的伙伴关系对于商业成功至关重要,这会推动双方的业务发展,无论是在制造端还是在经销端。英菲尼迪的团队在中国就做到了这一点。

记者:那么在您看来,去年为何会发生这些冲突?

罗兰·克鲁格:我无法对其他企业的事情进行评论。但我们总是认为要跟经销商和他们的代理商始终保持良好和开放的沟通,这就能解决任何可能出现的问题。我们就始终在这样做,包括现在。

记者:英菲尼迪的一大优势就是其国际化的团队,那么英菲尼迪如何从国际化的团队中受益?

罗兰·克鲁格:首先,英菲尼迪是一个全球化品牌,那么自然我们要全球化的团队。其次,汽车品牌的设计是针对某些具体市场的,因此团队中必须要有熟悉本地市场的专业人士,这就是为何我们的中国团队始终在扩张,我们还会继续这样做。我们也会从其他地方引进专家,我们还会聘用来自汽车行业之外的专家,这一点也很重要,因为他们会给出全新的市场营销视角。

以数字化为例,数字化是当今营销不可或缺的一部分,我们需要数字化方面的专家加入团队,我们还要有国际专家来改善和设计未来的服务方案。因此,其实十分自然,全球化的品牌需要全球化的团队,同时在我们看到增长机会的市场上,我们需要熟悉该市场的本地人才。

现阶段混合动力车是正确选择

记者:尼桑雷诺都在电动汽车和自动驾驶方面做出新的尝试,那么英菲尼迪是否会跟

进?

罗兰·克鲁格:首先英菲尼迪就是英菲尼迪,是为豪华车市场准备的。我们有一个操作系统,就可以实现部分自动驾驶的功能。这是第一个电子驾驶系统,我们是唯一一家提供这种系统的汽车厂商。从这个意义上说,我们有信心宣布,我们是处在这种技术的前沿。这是一个英菲尼迪自己的系统,我们在车上提供这样具有自动驾驶功能的系统是为了更加方便驾驶员的驾驶。

记者:那么电动汽车方面呢?

罗兰·克鲁格:我们推出了混合动力车,我们觉得在当前时间段,混合动力车才是正确的选择。因为我们必须要看汽车使用的实际情况和消费者的使用习惯。当然,我们不排除在未来会开发纯电动车。但如果我们看现在的目标客户群和他们的使用习惯,混合动力车才是最符合其需求。

智能交通改变中国城镇化未来

记者:最后一个问题,您刚才在发言中提到,无人驾驶等技术会让驾驶汽车变得更为轻松简便,那么刚才主持人也问到了,如果是这样的情况,那么中国可以开车的人会越来越多,这是不是会导致道路更加拥挤呢?

罗兰·克鲁格:首先,我们车上的各种系统,尤其是联网系统,必须要跟基础设施网络相连,这样就可避免拥堵。我们会用更智能的方法管理车辆交通,来有效减少拥堵,因此也就相应减少了排放。这是城市汽车管理方面非常重要的方法。

现在车里已经有了这样的系统,但还是需要其他伙伴的支持,需要将其与公共设施部门联网。其次,随着汽车联网性能的提升,汽车的使用率也会提高,私人出行和公共出行会有很大一部分重叠,这里就给第三方服务的提供者开辟了发展空间,这里也有着很大的发展空间。因此这这也是一个渐进的过程,可能先是有许多小的解决方案,但这些小的方案会改善人的位移活动能力,也会创造新的商业模式,让第三方应用与汽车产业的应用相连。

记者:例如拼车?

罗兰·克鲁格:对,这是其中一个例子。但要想拼车成功,首先必须要有车,车必须有联网功能,车内车外的系统共同发挥作用才可以。这里就会给新创企业或创业者提供新的商业模式。但与此同时,这也会跟公共系统有所重叠,因为你需要交通信息以及实时拥堵信息等。还有就是确保汽车驾驶是安全的,这对我们来说是高过一切的事情。因此,如果所有这些系统能高过一切到位,这就可能构筑中国城镇化的未来。

(新浪财经 罗丹阳)

热烈祝贺阜阳市企业品牌促进会成立一周年

祝贺单位(排名不分先后)

中国市场学会
中国品牌建设促进会
中国品牌协会
中国国际品牌协会
中国品牌营销学会
安徽省企业品牌促进会
中共阜阳市委
阜阳市人民政府
阜阳市人大
阜阳市政协
中共阜阳市委宣传部
阜阳市经信委
阜阳市发改委
阜阳市商务局
阜阳市工商局
阜阳市质监局
颍州区经信委
颍泉区经信委
颍东区经信委
阜阳市经济技术开发区商贸发展局
太和县经信委
界首市经信委
临泉县经信委
阜南县经信委
颍上县经信委
阜阳市工商联
阜阳市文广新局
阜阳市网宣办
中国人民银行阜阳市中心支行
重庆市品牌学会
江苏省品牌学会
浙江省品牌建设促进会
内蒙古自治区品牌协会
四川省文化品牌发展促进会
福建省品牌文化发展研究会
连云港市品牌发展协会
无锡品牌学会
宁夏品牌研究会
北京品牌协会
河南省品牌促进会
山东省企业文化学会

山东省品牌建设工作委员会
青岛市品牌经济研究会
徐州市企业品牌研究会
深圳市品牌学会
山东省品牌发展研究会
河北省品牌战略促进会
上海现代服务业联合会品牌服务专业委员会
杭州市美食文化品牌促进会
黑龙江省品牌战略促进会
《企业家日报》社
《中国品牌》杂志社
《新安晚报》社
《阜阳日报》社
《颍州晚报》社
《城市周报》社
《市场星报》社
和谐中国网
阜阳电视台
阜阳新闻广播电台
阜阳电视台新闻综合频道
阜阳新闻网
阜阳品牌网
阜阳热线网
阜阳公众网
颍淮热线网
阜阳市企业家联合会
阜阳市工业经济联合会
阜阳市文化历史研究会
阜阳市小微企业协会
阜阳市装饰装修材料行业协会
阜阳市婚俗文化研究会
阜阳市公共关系研究会
阜阳市和谐文化经济交流中心
安徽金种子集团有限公司
安徽省阜南商厦股份有限公司
安徽昊源化工集团公司
安徽省华信生物药业股份有限公司
安徽阜阳建工集团有限公司
安徽庆云集团
安徽天筑建设(集团)有限公司
安徽银海集团有限公司

阜阳临沂商城投资有限公司
中国电信股份有限公司阜阳分公司
阜阳颍淮农村商业银行股份有限公司
安徽阜阳思科达科技建材有限公司
阜阳市融资担保有限公司
安徽广宇建设(集团)有限公司
安徽环球房地产股份有限公司
中国人民人寿保险股份有限公司阜阳中心支公司
安徽省阜阳市海泉粮油工业集团
阜阳和华千百货购物中心有限公司
安徽申亚农牧科技股份有限公司
安徽阜阳顺达建设(集团)有限公司
中国人寿保险股份有限公司阜阳分公司
阜阳绿色步行街物业管理有限公司
阜阳兴海生态假日酒店
阜阳普安烽火台卫星监控科技有限公司
阜阳新海工贸有限公司
安徽雷雨洁具有限公司
安徽新里程广告有限公司
阜阳市松松富足保健有限公司
阜阳华隆钢构有限公司
阜阳国济综合医院
阜阳市委市政府接待宾馆 阜阳市文峰宾馆
北京百度家装阜阳分公司
安徽御品坊酒业有限公司
阜阳中联水泥有限公司
阜阳市金辉印务有限公司
阜阳市花样年华婚纱摄影有限公司
阜阳市绿色灯饰超市
安徽九鼎传媒有限公司
阜阳舜岳水泥有限责任公司
安徽王家坝生态农业有限公司
安徽富友房地产估价咨询有限责任公司
阜阳超训教育咨询服务有限公司
安徽双瑞葡萄酒业
安徽一诚食品有限公司
安徽倾城印业有限公司
安徽龙恒葡萄酒业有限公司
阜阳市绿原食品有限公司
阜阳市立强新型建材有限公司
阜阳浩明林木有限公司

安徽麦船食品科技有限公司
阜阳市万泉能源有限公司
阜阳市江南农机有限公司
阜南天顺机电公司
安徽情暖家具有限公司
阜阳市颍州区快乐宝贝摄影店
阜阳金木工艺品有限公司
阜阳友好医院
阜阳市恒泰纺织有限公司
安徽双面粉有限公司
阜阳豪斯服饰有限公司
安徽省临泉县智创精机有限公司
安徽省文彩麻油有限公司
阜阳市富鑫铸造机械有限公司
安徽阜阳众旺机械有限公司
安徽省文胜肥业有限公司
安徽万生中药饮片有限公司
阜阳市广杰农资有限责任公司
安徽华天宝中药饮片有限公司
阜阳市圆顺通物流有限公司
阜阳农友农机有限责任公司
阜阳市日月星面业有限公司
阜阳市申通快递有限公司
阜阳康乐健康体检站
安徽辉隆农资集团阜阳肥业有限公司
阜阳绿洲花园商务咖啡厅
安徽省阜阳市速发机械有限责任公司
阜阳市浮法玻璃装饰有限责任公司
阜阳市尚源电动车有限公司
阜阳轴承有限公司
阜阳市阜濠食品有限公司
安徽金牧饲料有限公司
安徽光正食品有限公司
阜阳市豪杰工贸有限公司
阜阳市柏力健身管理有限公司
安徽丽丰集团有限公司
安徽省临泉县文德堂笔厂
安徽万博建设监理咨询有限公司
阜阳市颍州区盛艺数字影像工作室
阜阳市金洲商贸有限公司
阜阳康琳商贸有限公司