

品牌动向 | PinPaiDongXiang

华晨宝马龙年愿望:2012 要过“大年”

□ 刘晓林 耿慧丽

“目前来看,在中国合资企业范围内,2012 年我们产品将是最强势的,我们华晨宝马产品从来没有像 2012 年这样强势,每一个产品都是可以引起销售狂潮的产品。”一向出言谨慎的华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官康思远镇定地说出了这句足够“狂”的预言。

给宝马带来信心的不仅是新 3 系,铁西工厂的投产、X1 的国产以及合资自主品牌的推出,这些是宝马用来在“第二个高速发展阶段”向对手挑战的资本。据经济观察报报道,作为宝马在中国最大的对手,2011 年,奥迪销量突破 30 万辆,同样创下新高。以现在的差距来看,随着宝马新产能的投产,今后两年必将上演两大豪车品牌的顶级对决。

新 3 系 潜“龙”在渊

毫无疑问,宝马 3 系轿车是宝马公司有史以来最成功的车型。从 1975 年第一代宝马 3 系面世至今,宝马 3 系在全球的累计销售量已超过了 300 万辆。这个数据意味着世界上大概平均每两辆宝马轿车中就有一辆是 3 系。在过去的 30 年中,宝马公司曾经对 3 系进行过多次升级换代,而今年将在中国投产的新 3 系是其第 6 代产品。

上一代 3 系为宝马在中国的拓展立下了汗马功劳。康思远对于新 3 系的即将到来颇为兴奋,“我的预测是新 3 系推出的时候,它将会实现 BMW5 系长轴距所取得的巨大成功”。而在 2012 年底新 3 系亮相前,另一款热销车型 X1 也将国产。两款全新车型让康思远毫不迟疑地断言,“今年是我们产品上非常强势的一年,是一个大年。”

虽然有着很大的政府授意性质,



华晨宝马新 3 系轿车

但华晨宝马合资自主的长远意义不容忽视。2012 年的北京车展,通过与新能源战略的融合,华晨宝马将宣布合资企业的自主品牌战略。这成为豪车品牌在华发展中最为“激进”的一步。根据康思远的介绍,从去年下半年开始,华晨宝马团队便在积极做着合资自主诞生前的一系列准备工作。而同时进行的还有宝马 5 系的出口和最新的四缸汽油发动机国产前的筹备。

分析指出,某种意义上,在需求始终高涨的中国,宝马目前最大“敌人”仍是自己的产能。根据宝马的计划,2012 年华晨宝马产能将是一个跨越,现有工厂最大产能 10 万辆,加上 2012 年新工厂投产带来的新的 10 万辆,合并产能能够达到 20 万辆。但业内普遍认为,随着年底重磅车型——宝马新 3 系的投产,供不应求的问题依然会很快显现。但根据宝马做市场的首要原则——“谨慎而灵活”,产能过剩远比产能紧张危害更大。“我相信宝马现有事业格局,产能布局是一个最有利的方式。我们既能够快速地对市场的需求,可能出现

对于身处“第二个高速发展阶段”的华晨宝马而言,BMW 新 3 系让其底气十足,信心满满,虽然这款蓄积了“神秘力量”的新车要到年底才会上市,但宝马对其今年的形势乐观其成,预言 2012 年将是一个丰收的“大年”。

品牌汽车 | PINPAI QICHE | C3



华晨宝马新 3 系轿车

大的爆发式增长,同时我们又不给自己制造因急于求成带来的过剩的压力。”另一方面,鉴于铁西工厂设计的灵活性,可以在很短的时间内把产能提升至总产能 30 万台。目前,铁西工厂已经开始试生产 X1。

宝马“龙”腾野心

对于全年整个大中华区突破 25 万辆的成绩,宝马并没有过多地掩饰。但其在 2012 年对中国豪车格局的突破野心却已路人皆知。而“老谋”的宝马大中华区总裁史登科更是首次“疏忽”,在媒体面前挑明了宝马登顶已在规划之中。2011 年结束后,中国的豪车格局并没有发生实质改变,奥迪、宝马、奔驰的排位也未改变。不过在史登科看来,形势已经在逐渐发生改变。最有利的证据就是,目前在广东省等地区,宝马销量业已超过其他竞争对手。“这一迹象表明,在中国,宝马可以成为销量冠军。”史登科在接受国内媒体采访时毫无讳言。

“质”的提升的重要性。1 月 10 日,在北京东三环白家楼桥附近,一座国际化的经销店显得颇为扎眼。这就是北京打造的首家全新的 BMW5S 经销商——星德宝。所谓“5S”,即在传统的 4S 标准之外,将“Sustainability-可持续性”作为重要指标来管理经销商体系。宝马在 2010 年提出了“5S”的概念,“可持续”继而成为“本土化”之后宝马的又一个重要品牌理念。

据戴雷介绍,除了北京的星德宝,另有五家 BMW4S 经销商——北京宝泽行、天津中顺津宝、深圳昌宝、成都宝悦和上海宝诚中环也已开始向 5S 的升级转型。据悉,在升级的投入中,厂家将给予很大支持。康思远 2012 年定位为华晨宝马进一步发展的新起点。“从新一代国产 BMW5 系长轴距开始,可以说开启了一个全新阶段。现在我们进入了一个快速增长的发展新阶段。”

和往年一样,华晨宝马没有设定今年的目标。业内分析指出,2012 年,宝马在中国市场上超越奥迪的可能性依然不大,但接下来的几年就很难说了。而中国由宝马全球第三市场升级到全球第二大市场,则只是时间问题。

【新闻延伸】

宝马国产发动机排放降 16% 动力提升 10%

“在沈阳国产的发动机,是宝马最新的四缸汽油发动机,动力水平比以前提升 10%,而排放降低 16%。”近日,华晨宝马总裁兼首席执行官康思远透露,华晨宝马会根据市场需求对发动机做一些调校。

关于国产的宝马发动机,康思远表示,这个产品是有史以来最强的四缸发动机,双涡管、单涡轮,会用在 2.0 升级别上所有车型。不过康思远表示,短期内国产发动机的价格优势不会很明显。

(京华时报)

【新闻延伸】
宝马国产发动机排放降 16% 动力提升 10%

三年复兴计划提前完成

三年前,雷诺重返中国市场,并对未来三年做出规划提出了“复兴计划”,旨在重新构建雷诺品牌形象、快速提升销量。而 2011 年 11 月,是雷诺三年复兴计划完成的日期。在广州车展上,陈国章正式宣布雷诺复兴计划以超过原目标 3 倍的业绩收官。

根据复兴计划,雷诺推出了专门针对中国市场的全新品牌定位——“休闲奢华”(Casual Luxury),并通过明星营销和体验式营销使此品牌定位变得更加具体和鲜活。通过清晰明确的品牌定位,以及明星营销和体验式营销的推广方式,雷诺的品牌关注度提高了 144 倍,品牌流行度提高了 15 倍。与 2009 年初相比,雷诺在中国月销量最高增长 74 倍,市场占有率增长 13 倍,市场排名提升了 11 位,雷诺已成为近两年来中国汽车市场增长最快的品牌。截至目前,雷诺中国的客户保有率提高了 4 倍,销售周转率提高了 3 倍,成功进入行业先进水平行列。

对于汽车厂商来说,收回进口车型代理权,不仅可以规范市场销售行为,还可以更有效地维护品牌形象,进行安全扩张。

“雷诺汽车 2009 年内地销售 5321 辆,不过自 2010 年 1 月收回内地四大代理后,雷诺汽车中国可以根据市场行为进行扩张,并统一品牌形象宣传。我们 2011 年的销售量接近 2.5 万辆。”王政雄告诉记者。

厂商收回代理权后,往往在短时间内进行了快速扩张,捷豹路虎品牌亦如此。

2003 年进入中国市场的捷豹路虎品牌在华共有惠通陆华、中汽南方、上海世贸和大连尊荣 4 家拥有进口权的代理商。在捷豹路虎 2010 年年中收回代理权之前,捷豹路虎在国内的 4S 店为 40 多家。而在去年底,捷豹路虎发展的经销商超过 100 家,被授权的经销商数量还在攀升。

收回总代理权还有一个解释是中国豪华车的消费能力正在“井喷”,这个市场目前看不到风险,看到的只是利润。

长城汽车在欧洲首家工厂 2 月 21 日投产

1 月 26 日,中国长城汽车股份有限公司在保加利亚的合作伙伴 Litex Motors 汽车公司表示,长城汽车与其在当地合建的工厂将于 2 月 21 日正式投产。这也是中国车企在欧洲合资设立的首家车厂。

中国在欧洲首家工厂将正式投产

2009 年 5 月,长城汽车启动保加利亚组装厂项目,和保加利亚的 Litex Motors 汽车公司合作建厂,以 KD

(Knocked Down)形式进口长城散件进行组装生产。厂址位于洛维奇州(Lovech)附近的 Bahovitsa 村,距离保加利亚首都索非亚约东北 150 公里处。根据规划,该厂正式投产后第一年销量 8000 辆,未来全速生产时为 50000 辆轿车/年,最多将雇佣 2000 名员工。主要市场集中在罗马尼亚和土耳其,之后从东欧逐渐向北欧拓展,2015 年前后进入瑞典和挪威,接下来再打入英国市场。

2011 年 11 月中旬,该组装厂按原

定计划接近完工,并进入试生产阶段。主要生产车型包括凌傲(Voleex C10)微型轿车、风骏(Steed)5 皮卡和哈弗(Hover)SUV。到 2012 年,Litex Motors 汽车公司发言人 Kiril Georgiev 表示,第一批 200 辆试生产车型已经全部制造完毕,从 2012 年 2 月 21 日开始新厂将正式投产。如果不考虑意大利 DR 汽车公司贴牌生产奇瑞风云等车型,则这是中国车企首次在欧洲生产自主品牌车型。

根据 Kiril Georgiev 所披露,新

厂最初仅从中国进口零部件,但目前已经与多个转包商谈判,未来 2 至 3 年内将逐渐在保加利亚采购零部件。

雷诺 - 日产称长城汽车将成为竞争对手

雷诺 - 日产保加利亚 CEO Bernard Neuviale 于 1 月 25 日出席新款 Twingo 车型发布仪式,席间向法新社表示:“一个新的竞争对手将出现在保加利亚市场,但或许祸福未定。长城汽车首先仍然必须在多方面

获得改进,首当其冲的是需要保证能够生产高质量车辆,其次汽车售价也并不具备较高的竞争力。”Neuviale 预测,长城汽车的产品将不会对罗马尼亚生产的雷诺达西亚形成直接威胁。

德国杜伊斯堡大学汽车研究中心专家 Ferdinand Dudenhoeffer 则对长城汽车前景看好:“未来 5 至 6 年间,长城汽车将在东欧国家汽车市场占据 5% 左右份额。”其还表示,长城汽车为中国车企进军欧洲市场开辟了道路。

雷诺汽车市场总监王政雄认为,雷诺汽车市场总监王政雄认为,

看好在华利润前景

宾利提前收回总代理权

□ 张树

去年 5 月份,宾利汽车负责销售与市场的董事斯图尔特在宾利汽车全球经销商大会上还对媒体表示,宾利汽车将和宾利汽车在内地的总代理商大昌行继续履行 5 年的代理合同。据第一财经日报报道,面对豪华车在中国的无限增长可能性带来的利益,大昌行代理宾利汽车将从 2013 年起变成往事,大众中国汽车销售公司将成为宾利汽车的代理商。

这一天提前到来

张琳(化名)是大昌行集团的一名职员,从事宾利汽车销售板块工作。看着宾利汽车销量数字在内地不断上升,他暗自思忖,宾利汽车英国总部不会终止和大昌行的代理合同吧?

宾利汽车官方也曾表示不会。去年 5 月 18 日,宾利汽车全球经销商大会在中国北京举行。宾利汽车负责销售与市场的董事斯图尔特在宾利汽车全球经销商大会上接受媒体采访时表示:“目前我们和大昌行有 5 年的合同,已经履行到第二年,到目前为止我们对双方之间的合作非常满意,并打算继续合作。”

不过,今非昔比,宾利汽车 10 年

前在中国市场比较惨淡。《第一财经日报》记者从大昌行官网获悉,宾利汽车 2002 年在中国内地交车的数字为 41 辆。“当时内地豪华车市场还不明朗,暂时看不到未来增长空间。”张琳告诉记者,“所以,很多进口车品牌要开辟内地市场,就会先找总代理来分担风险。”

2009 年 6 月 3 日,宾利与大昌行集团下属上海宾利汽车销售有限公司(下称“宾利中国”)签订了未来 5 年的进口商协议。作为大昌行集团下属的子公司,宾利中国主要负责宾利在内地市场发展。

10 年时间里,宾利汽车在中国市场风生水起,这让宾利汽车总部相信自己也可以像其他进口品牌一样收回自己的代理权。

这一天提前到来。去年 12 月 30 日,大昌行首先披露了这一消息。大昌



行发布公告透露,大众集团(1998 年德国大众收购了宾利汽车)同意授予大昌行 5 个在内地的新宾利经销权,其中包括宁波、合肥及大连,其余两个经销权将待大昌行有进一步开展新地点的业务计划时由各方协商落实。

这是大昌行集团在内地,除南京、广州、杭州及上海营运的宾利经销权外,新获授予的宾利经销权,使总数增加至 9 个,成为中国最大宾利经销商。

大昌行预计,自 2013 年起,大众集

团旗下大众中国投资有限公司成为宾利汽车在中国认可的进口商及代理商。

大昌行预计,自 2013 年起,大众集