

策划词

一部电影《2012》让“世界末日说”晃荡了3年,在这个所谓“末日”年,汽车界也不平静,不是只有“钓鱼岛事件”导致的日系车受挫,发力直追,其他车企也在小心应对着激烈的竞争和各种市场变化。在这种背景下,各大车企高管变动频繁,尤其是跨国企业,各企业车招兵买马,谋划布局,希望在这场硬仗里拼出一片疆土,打下自己的江山!



盘点 2012 离职的跨国车企高管 离职很忙 日系车高管直喊“伤不起”

稿件撰写 张瑾琳 傅小康

大众中国倪凯铭离职 海兹曼接任

时间:2012年6月

据多家德国媒体报道,倪凯铭的离职或与之前中国爆发的DSG变速箱质量危机有关。从2011年起,陆续有中国消费者反映搭载DSG变速箱的大众汽车出现异响等现象,并在2012年3月份升级为集体维权事件。DSG问题致使大众损失至少4亿欧元。今年60岁的海兹曼1982年加入大众汽车集团,经验丰富。1993年担任大众汽车乘用车品牌的全球生产计划负责人,2000年被任命为大众汽车萨克森公司总经理,2001年被任命为奥迪公司负责生产的董事会成员。2007年2月开始担任负责集团生产的董事。

2011年,大众汽车在中国销量达到225万辆,预计2020年的目标为500万辆,中国市场的稳定增长对于全力冲顶的大众汽车至关重要。希望海兹曼能不负文德恩厚望,担起这份重任!

通用汽车中国总裁 甘文维卸任 苏瑞博接任

时间:2012年10月

通用中国在新闻稿中评价,在甘文维任职期间,通用汽车在中国的年销量从2005年的56万辆上升至2011年的超250万辆,连续7年在华销量领跑其他跨国车企。同时,甘文维也发布了通用汽车在华最重要的“绿动未来”战略。为什么要提前退休,而且让位于年龄比自己还长一岁的苏瑞博呢?各种坊间版本流传,对此甘文维只表示:想回家好好陪陪家人。

苏瑞博曾于2007年至2009年任职上海通用副总裁,其任职期间也是上海通用旗下产品转向“全球科技,欧美技术”的关键转折点。于1975年加入通用汽车在底特律的凯迪拉克事业部的苏瑞博,先后任职于财务和材料管理部门,并曾效力于通用汽车在全球的各大区域城市常2009年,他就任通用汽车全球采购及供应链副总裁。

老者上任,任重道远,苏博瑞能否延续甘文维的业绩,在2015年实现年销量翻番,约达500万辆,在华推出超过60款全新和

企业	离职者	继任者
大众中国总裁	倪凯铭	赫姆·海兹曼
通用汽车中国总裁	甘文维	苏瑞博
斯柯达中国总裁	马克思	安德鲁·海夫曼
奔驰中国总裁	麦尔斯	Nicholas Speaks
宝马中国总裁	史登科	安格
smart 中国品牌总监	何思凡	李德思

升级车型,我们拭目以待。

斯柯达中国总裁 马克思辞职 安德鲁·海夫曼接任

时间:2012年10月

2012年10月,马克思任期未滿,提前请辞回到慕尼黑工作,从事私募基金金融业老本行。在就任斯柯达中国总裁之前,安德鲁·海夫曼担任斯柯达汽车首席信息官一职,负责整合公司内部对信息技术的组织性需求,其中包括对公司网络的流程控制、规划和管理。在加入斯柯达汽车之前,他曾负责大众汽车集团信息技术部门的客户订单流程管理。

尽管斯柯达中国高层人事变动频繁,但实际上,斯柯达在中国所有布局都是范安德亲手安置的,他在某种程度上就是斯柯达中国区的“总裁”,凭借着范安德对中国市场谙熟,斯柯达未来还能在中国继续乘胜追击。

麦尔斯卸任奔驰中国 Speaks 接任

时间:2012年10月

10月9日,奔驰中国发布官方消息,现任梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司总裁兼首席执行官麦尔斯将于12月结束在中国的任期,其工作将由奔驰日本现任总裁兼首席执行官Nicholas·Speaks先生接替。

奔驰中国对麦尔斯表示了高度肯定。其

官方声明表示,执掌奔驰中国6年之久的麦尔斯,开拓了奔驰中国“前所未有的业务增长”。对于麦尔斯的离任,业内人士还是稍有遗憾。

Speaks于1979年加入戴姆勒公司,曾担任奔驰总部以及海外市场的多个销售管理职位。他自2003年起担任总部位于迪拜的戴姆勒中东以及地中海东部地区的负责人,随后他于2010年起接管日本市场。从Nicholas·Speaks的履历来看,其海外管理经验丰富,对于亚洲客户的消费习惯也十分熟悉。

继任者Speaks并不轻松,推动国产奔驰的销量提升依旧任重道远。在奔驰中国的声明中,其对新掌门人的希冀是“凭借丰富的经验和国际化的视角,Speaks先生将带领奔驰中国团队继续将‘惟有最好’的产品和服务带给尊贵的中国客户,以在中国市场取得更大辉煌。”

宝马中国总裁 史登科提前退休 安格继任

时间:2012年12月

宝马集团大中华区12月初宣布,现任宝马德国总裁安格将在2013年第一季度期间,就任宝马集团大中华区总裁一职,现任宝马集团大中华区总裁兼首席执行官史登科届时将正式退休。

宝马集团董事长雷瑟夫高度赞扬了史登科在任8年期间所取得的成就,“我们都见证了史登科及其团队所创造的骄人业绩。”

现年54岁的安格已在宝马集团任职近25年,先后在多个地区领导过多种职能部门。目前,安格作为宝马德国总裁,管理着德国这一重要区域市场的销售和市场营销工作。

smart 更换掌门人 李德思接替何思凡

时间:2012年12月

12月中旬,smart品牌全球总负责人AnnetteWinkler博士正式宣布:在2013年1月1日smart中国品牌总监将由李德思先生接任,而何思凡在华表现突出将调回总部任职。

据悉,smart在华销量已超过15000台,同比增长41%,保持了较高的增长率。李德思目前在奔驰中国商务拓展部担任负责人,而在2013年1月1日其将正式出任smart中国品牌总监。由于李德思先生在奔驰中国担任商务拓展部的负责人,未来smart在华发展的步伐可能会因此而提速。

雷克萨斯 野崎松寿将离职 由江积哲也接任

时间:2012年12月

12月底传出消息,预计2013年初雷克萨斯将迎来新任执行副总经理,两年前任任广丰副总经理的江积哲也将重返中国接替野崎松寿,具体负责雷克萨斯品牌在中国的业务,现任执行副总裁野崎松寿将负责其他业务。

野崎松寿早于1982年就已经加入丰田汽车,至今从事汽车行业已经超过30年,他在该任职期间,主要负责事业规划、产品价格等。野崎松寿2010年出任丰田中国执行副总经理一职,在华掌管雷克萨斯品牌,包括此前他在任期间提出的战略计划,帮助雷克萨斯打开了中国市场。其引入的CT200h车型,也带动了雷克萨斯在华的销量大幅提升。

钓鱼岛事件后,日系车企在华的销量一路下跌。而丰田从2011年、2012年因各种因素销量也表现欠佳,而面对种种危机,车企掀起另一轮换人风波。

江积哲也能否在中日关系日渐紧张的局面下,带来雷克萨斯再创佳绩无疑成为其上任后的大问题,我们拭目以待。

岁末上演“撒腿跑” 2012年 超200名高管股东减持

■ 敖晓波

2012年底,伴随股指回暖,再加上套现的冲动,减持热情也越发高涨。WIND数据显示,12月份,217位高管蜂拥抛售股份,套现金额合计逾18亿元,较11月份环比增加逾一倍。与此同时,上市公司股东的减持也进行得如火如荼。

200多位高管套现

2012年,A股市场可谓举步维艰,然而12月份以来,二级市场止跌回升,累积上涨逾12%。因此,市场上上演了一股借势反弹“撒腿跑”,落袋为安“抢年货”的景象。

数据显示,12月以来共有217位高管通过二级市场进行减持,抛售股份合计1.78亿股,在217位高管中,董事长、总经理和总裁占比接近一成。

具体来看,截至目前,12月以来套现金额最多的要属洋河股份董事管瑞林。公开信息显示,12月11日以来,在10余个交易里,其控股的南通综艺投资有限公司(洋河股份二股东)进行了9次减持,累计套现资金2.98亿元。事实上,自2012年7月份以来,管瑞林对洋河股份进行了20多次减持,套现金额达8亿元。

除此之外,华丽家族董事狄自中、康力电梯董事倪祖根、大北农副董事长邱玉文等也都进行了大比例的套现,套现金额均超过5000万元。

股东日均套现3亿

记者注意到,除了公司高管忙着在年底套现,上市公司的股东们也在进行着日均3亿元左右的套现活动。仅2012年12月27日,就相继有常铝股份、中信国安、南京高科等多家公司发布减持公告。

南京高科公告,12月17日至25日累计减持公司所持中信证券850万股,交易产生的净利润约为5400万元,超过公司上一年度经审计净利润的10%。而

在不久前的12月18日,南京高科刚刚称,11月28日至12月14日通过减持中信证券累计获利7157万。中信国安27日盘后公告称,其控股子公司国安通信减持中国联通8861.51万股,减持价1.4480元,可收回减资款1.28亿元。

▶▶ [上接 P1 版]

新浪人事架构调整终敲定 未来 或实行“双CEO制”

交易后,New Wave及新浪CEO曹国伟持有新浪股份已降至4.8%,成为新浪位列普莱斯基基金、富达姆、Capital Research Global Investors之后的第四大股东。

而在2009年11月,曹国伟等新浪6人高管MBO时,New Wave约占新浪股权的10%,为新浪第一大股东。

事实上,New Wave于近期的100万股减持并非是一次孤立交易。公开资料显示,New Wave从2010年9月开始就已启动远期售股计划。

截至目前,New Wave共进行4笔售股交易,分别是2010年9月出售的160万股、2010年12月出售的100万股、2011年6月出售的120万股,以及近期的100万股。

值得注意的是,新浪于2010年8月9日注册了北京微梦创科网络技术有限公司,该公司是新浪微博的运营商。也就是说,New Wave自新浪微博的新公司注册后,开始了系列减持计划。

有分析人士认为,上述系列交易背后,或是曹国伟等参与MBO的管理团队希望把New Wave的资产从Sina.com转移到新浪微博注册公司中来。

上述分析与记者近期获得的一则内部消息相吻合。

2012年二季度,新浪微博广告营收已超过1000万美元,占新浪总体广告营收的10%,但目前新浪微博的商业化也仍在探索阶段。一名业内人士表示,相对于新浪门户业务来说,曹国伟将更多精力放在微博业务方向上是值得肯定的。

(本报综合)

▼ | 评论 |

车企频繁换帅并非洪水猛兽

■ 蓝朝晖

伴随2012年中国车市即将收官,中国汽车业人事变动频繁,高管们掀起了前所未有的“转会”高潮。据不完全统计,2012年以来,已有不下30位车企高管变动或离职,而在年末,更是曝出了宝马、奔驰、雷克萨斯等中国区老总的变动。

有媒体报道认为,多位业内“大佬”或离职或退隐,让人对汽车企业与市场前景感到担忧。

虽然各家企业的原因各不相同,但有专

家指出,如此密集的人事变动,可以算是中国汽车行业繁荣的一个缩影。回顾近段时间国内汽车高管的变动情况,总体来说有两个显著特点:一是高层的变动周期越来越短,二是涉及的汽车企业范围越来越广,从本土汽车企业,到合资汽车企业,再到外资车企,无一不被卷入其中。

不过,与前几年不同的是,2012年行业内发生如此大规模的人事动荡,其背后最重要的原因或许不仅仅因为业绩的压力,更深层次的原因是企业战略思维的转变。

在一系列人事变动中,自主品牌车企变

数最大,由于急于突破转型中遇到的瓶颈,车企高管们在营销、规划方面压力巨大,而自主品牌高管也需要打破固有的思维模式,帮助企业取得更进一步的发展,最终导致了自主品牌车企频繁走马换将。相比于自主品牌,跨国车企则更侧重于对中国市场的重视程度的调整。

目前,欧洲市场危机四伏,跨国车企视中国为最后的救命稻草。跨国公司总部越来越重视中国,做出人事调整也可以看作是加强对中国掌控的行为。

中国汽车业近年来人事变动已经成为

一种常态,只是我们常会将车企高层的频繁变动误解为一种不明智的行为。其实,在2012年的这些继任者中,多数人并未发布自己的“战略主张”,更多地是强调对“前任”的延续。正如有评论指出的那样,虽然车企高层更迭,短期内可能会影响到企业的业绩,但并没有动摇其竞争力根基,更没有直接导致公司土崩瓦解。即便是企业出现了问题,也会及时纠正,并加以调整。

因此,汽车企业更应注重对品牌、营销以及核心竞争力的打造,而不必对频繁的人事变动感到恐慌。