



日产碧莲:闪耀机场的高端商务用车

目前,不少航空公司纷纷为其VIP客户提供了专门的VIP摆渡车。这些VIP摆渡车均以高端商务车为主,为客人提供更为人性化的登机接泊服务,从而凸显出VIP客户的尊贵身份。据了解,目前VIP摆渡车的品牌主要有日产碧莲(NISSAN CIVILIAN)、丰田柯斯达、奔驰唯雅诺、威霆等高端商务车。其中碧莲以较大的份额闪耀在全国各大机场中,而其25辆的数量集中在了北京首都机场,因此你可以很容易的在北京首都机场看到日产碧莲靓丽的身影。

日产碧莲(NISSAN CIVILIAN)是日产旗下的高端商务车,它在各方面都很大程度的满足了VIP摆渡车的需求。从外观上讲,碧莲设计方方正正,比较中规中矩,正好符合了高端用户低调、舒适、实用的需求。其大面积的前挡风玻璃,以及侧车窗的一体式设计,也为驾乘者提供了极佳的视野。而跟普通商务车不一样的是,碧莲长6990mm、宽2075mm、高2635mm的车身尺寸,以及3690mm的轴距,确保了车内的宽敞,成年人在车厢内不论是坐还是站立,都可以伸展自如。

日产碧莲的内饰设计看起来十分的简单,没有什么过多的装饰,但是应有的设备一

样不缺。真皮座椅设计得非常宽大,舒适的同时不会显得拥挤;在车内每个座椅的旁边,都安装了烟灰缸和杯架一体的储物架,增加了车辆的实用性。此外,碧莲宽大明亮的车窗使得车内视野更开阔,全景封闭式滤光隔热防紫外线加色玻璃,隔离紫外线对乘客的灼伤的同时为乘客提供了一个安静的环境,让乘客可以尽情地享受舒适的乘车感受。

值得一提的是,碧莲搭载的日产TB45E直列6缸发动机,最大功率132Kw、最大扭矩322Nm,较大的功率和扭矩,保证了较好的加速性,而针对中国市场全新改良的悬挂系统使得乘坐舒适性倍增。

除了机场VIP之外,碧莲已经成为了国内政府机关接待用车的新宠,特别用于中央领导同志们的外出巡查工作,并服务于大型企业集团的商务接待、礼宾车队、军队等高端市场。因此,我们可能会很少看到其身影,对这款车还比较陌生。但是,我们相信,以碧莲以上卓越的品质保障,会有更多的碧莲闪耀在全国各地的各大机场以及其他高端市场,让更多的人可以体验到这款高端车型的魅力。

(李晴)

“狮王争霸赛”西北赛区复赛决出雌雄



●参赛选手合影

“我们新疆好地方啊,天山南北好牧场……”伴随着这首欢快又充满自豪的歌曲,上汽依维柯红岩营销比武大赛第四季西北赛区复赛在天下脚下拉开序幕。9月13日,来自新疆、内蒙古、青海、甘肃四省区的红岩销售服务精英相聚乌鲁木齐,在全国率先敲响进军总决赛的战鼓。

参加西北赛区复赛的选手是从新疆、兰州、内蒙古中心初赛选拔出的精英,他们除了有扎实的理论基础以外,更具有丰富的一线销售和服务经验。

在比赛当中,有一位销售比武选手表现专业、稳重、扎实,引起了大家的关注。他叫林进华,来自新疆鑫途汽车销售服务有限公司,

已过不惑之年的他不仅是西北赛区年龄最大的选手,更有着区别于其他选手的一个身份,他是鑫途公司的总经理。敦厚的林进华告诉我们,他的第一身份是销售顾问,第二身份才是总经理,为用户提供专业、专心、专注的服务,是他的追求。本次比赛他不是用总经理的身份直接出线,而是在与其他选手同台竞技中胜出的。林进华认为营销比武大赛是一个非常难得的同行交流学习的机会,在比赛中找到自己的差距,才能做得更好!

经过一天激烈的比赛,孙瑞华、黎标、林进华三名销售精英和卢海明、许尚文、杜小红三名服务精英脱颖而出晋级全国总决赛。

(马波)

立项九年 福田轿车绕道重启

■ 刘晓林

“任何一个汽车生产厂家都会有开发轿车产品的想法和愿望。”这是2005年福田汽车某高层面对记者提问时的回答。那一年,时任北京汽车工业控股有限公司董事长安庆衡首次公开承认,北汽福田已经有了开发轿车产品的规划。

如今8年过去了,福田汽车的首款轿车在经历了业界多个时间版本的揣摩后,再度传出即将面世的消息。

记者日前从福田汽车内部人士处获悉,福田汽车的轿车项目已经完成研发工作,将在年底上市,上市地点选在德国。虽然对具体的时间,福田内部有不同说法,但不可否认的是,福田轿车的最终上市时间节点已经来临。

按照福田的规划,乘用车在2016年要在国内实现突破,2020年则要在全球突破。

轿车计划不可阻挡地来临,也意味着北汽集团对福田本已微弱的控制力再度削弱。在福田汽车计划“2020年进入全球汽车企业前十位”,而大股东北汽集团将此目标定在2025年实现的实力对比面前,北汽集团与福田集团的关系将进一步接近单纯的资本投资。

时间节点临近

福田首款轿车呼之欲出。福田另一位高层日前也向媒体透露,福田首款轿车的研发已经结束,进入到了投产前的准备阶段。

不过,在时间节点上,记者从福田另一部门得到了不同的版本:福田汽车首款轿车的研发并未完成,最可能的计划是2014年发布一个全新的轿车品牌,同时样车亮相。首款车将对标德系高品质中高端车型。

参与福田轿车项目的另一位相关人士也表示,今年年底上市不太可能,但目前看来,从企业层面释放出这一消息,意在为轿车上市造势,不排除年底会有所动作。

福田汽车的轿车规划最早发端于2004年,其间多次传出即将上市的消息,其中与上述人士所言最接近的版本是:“2015年,福田将会推出首款轿车产品,这款定位高端的轿车当年产销规模已确定为10万辆。”

自去年开始的挖角行为也被认为是福田在为轿车上市储备营销人才,其中包括原长城汽车副总裁、国内销售部总经理贾

亚权,原江淮汽车乘用车公司副总经理、乘用车营销公司总经理王朝云等。

然而,从2004年立项至今,9年的时间远超出一款车型研发的正常周期。正因为如此,其网罗来的乘用车研发人才在福田也是来了又去。

对此,同样被挖角过来的福田技术研究院副院长魏燕钦压力最大。魏燕钦原本是泛亚汽车技术中心副总裁,曾负责打造荣威。2010年,魏燕钦加盟福田任北汽福田副总裁,主管乘用车项目并制定轿车产品规划。2012年,魏燕钦的主要头衔变成福田技术研究院副院长。

据悉,魏燕钦在研究院下专设“轿车项目筹备组”,并宣称3年拿出东西来,但在商用车体系中进行轿车研发并非易事。

2012年,同样来自上汽系的黄华琼宣布辞去福田汽车副总裁兼品牌总监,福田轿车生产资质迟迟未获批被认为是主要原因。

不过,记者从参与福田轿车战略规划的人士处获悉,轿车资质对福田来说并不成问题,“借一个壳就是了”。该人士隐晦地表示,不排除福田为取得轿车资质而进行的并购已在运作,而且福田手中应该已经握有几个筹码,最终会选择性价比最高的一个。

独立汽车产业评论员夏树称,在跨国公司内部,一款车5至6年的开发周期是正常的,因此,“更合理的解释应该是,作为全球最大的商用车企业,福田想要摒弃本土轿车品牌普遍的造车思路,宁愿花费更长的时间周期,去精心打磨其首款轿车和整个轿车研发及管理体系。”

随着轿车即将上市,福田汽车在乘用车领域的布局也在有序进行,现有乘用车迷迪系列车型已被重新划分至全新的乘用车体系当中。

至于轿车的生产基地,从福田的山东诸城到广东南海工厂,再到刚刚投产的佛山工厂和密云基地,都曾出现在外界的猜测中,但福田相关人士称,这些基地的规划中所包括的乘用车都并非指轿车。

北汽:默许还是无奈

海外上市的路线被福田内部人士称为“曲线救国”,也即福田汽车在其控股方北汽集团的“严密监控”下,实现其“2020战略”,即确立国内乘用车领域“主流企业”地位的重要途径。

沃尔沃 P1800 历久弥新 破 300 万英里吉尼斯纪录 相当于环绕地球 120 圈

9月18日,百万英里纪录保持者,73岁的美国人埃夫·戈登(Irv Gordon)驾着他那诞生于1966年的沃尔沃P1800成功行驶300万英里。这个距离相当于环绕地球120圈,也是迄今为止同一个驾驶员与同一辆车所保持的最长行驶里程,已被收入吉尼斯世界纪录。

埃夫是在美国阿拉斯加州的苏华德高速公路上完成这一目标的。“为了不错过历史性的一刻,我一边开车一边不时地看里程表。”这位纽约长岛的退休教师在

1966年他25岁的时候,以4150美元——相当于他当时一年的工资,买下了这辆沃尔沃P1800两门轿车,之后一直驾驶至今。

令人难以置信的不仅是这台车的行驶里程,还有它那颗老而有力的心脏。经历了近半个世纪风雨,这台沃尔沃汽车曾经经过两次大修,但原配发动机却一直未曾调换过,至今仍然运行,令P1800成为名副其实的最具传奇色彩的车型。

(田媛 尹蔚)



●Irv Gordon和他的P1800

奇瑞和捷豹路虎争合资销售权 谈判入僵局

■ 俞凌琳

奔驰中国和北汽争夺奔驰代理权的一幕,正在奇瑞和捷豹路虎之间上演。

“合资条款谈判的时候,这块内容是搁置的,约好双方另外再谈。”日前,有接近奇瑞路虎的知情人士透露,至今双方的谈判仍然没有取得实质性进展。

今年上半年奇瑞路虎合资获批。目前捷豹路虎中国依然掌控着两个品牌进口车的代理权,并且仍在不断扩大捷豹路虎进口车的经销商网络。

在早些时候,奇瑞捷豹路虎常熟工厂奠基仪式上,奇瑞董事长兼总经理尹正跃,接受媒体采访时表示:“奇瑞将邀请旗下质量最高的经销商进入捷豹路虎销售渠道,我们希望其通过学习与整理,为今后国产的合资车型销售提前做好准备。”

如果前期没有谈妥,那么即便奇瑞和捷豹路虎位于江苏常熟的百亿合资项目,已经正式通过国家发改委的项目审批,未来双方的合作之路仍然面临坎坷。

进口车不进入合资渠道,而合资产品又不进入进口渠道。即使进口车和国产车实现并网,但各自由不同的团队管理,对产品线并不长的路虎品牌有害无益。

现有代理制度难以打破

虽然尹同跃亲自邀请,但奇瑞的经销商在申请加入捷豹路虎的网络时也遇到了烦恼。如奇瑞在芜湖的经销商,之前曾向捷豹路虎中国申请当地代理权,但由于在芜湖当地已经有经销商,捷豹路虎中国并没有批准。

捷豹路虎中国不愿意放弃进口车代理权,归根结底还是利益。2010年8月,捷豹路虎从经销商手中收回总代理权,建立独立销售公司。目前,捷豹路虎在华销量已达7.3万辆,近年销量增长非常明显,这也使其保持了较高的利润空间。如果将进口车业务纳入到合资企业,则意味着要将这些进口车的利润分一半给奇瑞。

如果销售权发生转移,损失掉的还有看不见的利益。记者走访了多位经营豪华车品牌的4S店总经理得知,豪华车由于前期投入大,厂家一般给经销商的代理权限也更大。为了推动网络的下沉,厂家一般会几个区域的代理权交由某一家经销商来做。而这些一级经销商,在获得了地区代理权后,一般会找当地的经销商合作,以入股的形式参与到当地的经营中。

为了在渠道上拥有话语权,捷豹路虎已经在渠道上提前布局。从2010年到现在,捷豹路虎在国内的签约授权经销商数目已达141家,目前正常运营的经销商数量已达到130家左右。

经销商集体反对分网

虽然中国市场取代英国成为捷豹路虎最大单一市场。2012年较2011年同比增长71.4%。由于网络增长抵消了销量带来的单店销售增量,加上网络增加带来的竞争加大,单车利润被压薄,捷豹路虎的经销商们普遍希望股东双方能在代理协议上尽快谈拢。

如果不争取自己的代理权,奇瑞捷豹路虎合资公司生产的产品也可以通过这些进口车网络去销售,但这样合资公司就名存实亡,成为实际意义上的代工者。这无论是奇瑞方还是国家的合资政策,都是不认可也不被允许的。

根据我国相关政策,合资公司可以销售自己的产品。这意味着,奇瑞捷豹路虎合资公司完全也可以重新建立网络,销售自己的产品。

捷豹路虎的一位上海经销商不无忧虑地向记者诉苦:“如果捷豹路虎不愿意将进口车的销售权给合资公司,那么合资公司的国产产品很可能也不会到现有的进口车渠道销售,分网销售的话,国产产品和进口产品可能会产生一定的竞争,无论对品牌还是销售都是不利的。”

大多数捷豹路虎现有经销商都担心——合资公司为了推进其合资产品销售,很可能会忽略现有的进口车渠道,重复投资导致恶性竞争。

奇瑞也可以退一步,将合资产品并网进入捷豹路虎现有的进口车网络销售,而为了

实现销售的独立性,国产捷豹路虎和进口捷豹路虎虽然在同一渠道中销售,但可以由不同的团队来管理。

但这样做也有风险。由于合资产品和进口产品之间没有约束,经销商很可能在进口车销量好的时候把资金和主要精力投入到进口车上面;同样国产车销售得好,经销商就将资金和主要精力投入到国产车上去。最终导致的结果是产品销售的失衡和经销商管理的混乱。

并网共识

按照我国2005年颁布实施的《汽车品牌销售管理实施办法》,进口汽车到中国市场销售,必须在中国寻找一家总经销商。以《办法》为依据,目前进口车的销售渠道一般分为“销售公司模式”和“区域总代理模式”。

在进口车销量不大的情况下,国外整车企业愿意采取区域总代理的方式在中国销售汽车,这样可以回避很多风险。当进口车的销量达到一定水平,一般车企就会考虑在我国成立销售公司,回收代理商的权利。因为这样有利于他们控制在华进口车的销售网络和经销商的服务质量。

随着国内进口车业务的发展,近年来,越来越多的外资车企开当年建功立业的总代理商,整合销售渠道将使得其直接获得进口车销售的利润,从而最大程度压缩成本,实现

早在2005年,时任北汽董事长安庆衡还乐于公开和积极支持福田的轿车梦,但到2013年,现任北汽董事长徐和谊却一直在担心这成为现实。因为此时的北汽集团已经拥有了自己的自主品牌体系,包括威旺、北京和绅宝等品牌,并在集团旗下成立了乘用车事业部,统一管理所有的乘用车资源。

在为北汽制造扯出SUV大旗要“独立”而头疼的同时,徐和谊显然不希望“福田自主品牌轿车”再成为另一个“对手”。

但参与福田轿车战略规划的人士认为,虽然外界盛传北汽集团不希望福田涉足汽车项目,但徐和谊在这件事情上却有足够的胸怀,北汽的态度更准确地说是“默许”。

夏树也指出,虽然北汽集团是福田汽车大股东,但与北汽集团旗下其他全资子公司和合资公司不同,福田对北汽并无资金支持、技术支持以及管理上的依赖,反而福田却一直是北汽的利润贡献大户,甚至在高管人才上也一直是输出方。这种实力对比和控制关系造成了福田的独立性。

“对于一个有着强大生命力的子公司,压制最终只能造成两败俱伤”,夏树称,“从农用车做到全体系商用车制造商,福田是一个有野心和想法的企业。”

同样,他认为,福田轿车项目会与北汽自主品牌形成竞争关系的假设并不成立。因为北汽一直未能在真正意义上控制福田,而福田在国内和国际上的影响力也完全是独立的。

徐和谊坦言,福田仍使用自己的品牌,在业务上也是独立的,“因为它在国际上有很大的声誉”。

夏树指出,北汽与福田的关系更像是大众和保时捷、丰田和斯巴鲁的关系。北汽目前开放与默许的态度是最合适的,否则,“长安与昌河的纠纷将是前车之鉴”。

2013年上半年,福田汽车净利润146.3亿元,同比下滑0.69%,其中轻卡市场的下滑是主要原因之一。按照福田汽车党委副书记赵景光的说法,2015年,福田要让乘用车将成为福田利润来源的一部分。