

# 市场给了我们机遇,给了我们答案

## ——访宝马集团大中华区总裁兼CEO史登科博士



### 全新凯越春节前上市

上海通用汽车日前宣布,中级车市场“新三样”的领跑者——别克凯越将在动力总成、科技配置和外观设计等方面进行全面升级。全新凯越将于春节前上市。

全新别克凯越将全系搭载上海通用汽车最新1.5L DVVT直列四缸发动机,搭配全新一代6速手自一体变速箱和5速手动变速箱,在油耗、动力性能和静音各方面实现全面超越。此外,全新凯越还将传承别克新一代家族化设计的元素和理念。同时,全新凯越还会带来更人性化和舒适便捷的科技配置。

2012年,别克凯越以277071辆的成绩刷新上市以来的最高年销纪录,蝉联单一车型国内销量冠军。 宝龙

仅仅是对于一个产品的改动,更要它是一个企业本土化的强烈信号。它告诉人们我们是做了市场告诉我们该做的事情,我们的品牌对于市场发出了具有象征意义的信号。

您学的专业和职业生涯之间能找出大家看不懂实际上很有关系的联系吗?

史登科:其实很多事情说起来都是有一点哲学的意味,我非常感激我能够有过去8年或者100个月这样的经历。我是学习历史出身,我觉得你越多了解了历史后,你就越容易看明白很多事情它是怎么样发生的,你应该去怎样应对,应该怎样控制自己。很多时候就是你遇到了机遇,看到了一个机会,然后你作出了正确的应对。如果我生活在一个下滑、萎缩的市场,我经历的故事就会完全不同。可以说,我所经历的、我们所看到的过去的阶段,它是一个一生一次的故事,我们只是抓住了其中的机会,但是没有创造这样的故事。 张云

事情,一个是“BMW之悦”的提出,还有一个就是宝马爱心基金。

史登科在宝马职位上做了8年,有什么事你觉得特别想做,可能正在做或者还没有达成的?

史登科:我觉得不管事业发展得如何顺利,总是有很多方面是可以进一步提高的,就像一棵树,它的根基可以不断地生长,越来越坚实。就我们的情况而言,如果你认为自己是一个领先的品牌,是一个领导者,你就需要不断去突破边界,不断打造在未来仍然能够保持独一无二的内涵。比如过去大家销售都是说4S店,我们去年提出5S店,5S店也成立了,这就是全新的行业标准。

中国已成为宝马全球第一大市场,未来宝马在中国的发展还会遇到哪些挑战?

史登科:我并不知道未来一定会发生什么,我猜想可能市场的竞争会变得更加激烈、变得更加错综复杂,你显然需要不断地优化自己的做法。BMW是一个大公司,任何个人不管他是谁,以前做过什么、有

什么样的背景,都不可能凌驾于公司之上。BMW在过去将近100年的历史中,不只是在中国,在整个全球都是很成功的,所以我相信公司会找到通往未来的正确答案。我可以补充一点,就是谁也不能够取代市场,最终市场会来评判,会对你所做的事情给出答案。

现在讨论最多的一个事情就是宝马5系的加长,当时的决策是怎么出炉的?有哪些借鉴意义?

史登科:当然5系加长有很大的意义和影响。现在像3系,除了轴距同时也提供标准轴距,最终有这样的决定也是基于5系加长成功的背景。说到5系加长,它是BMW历史上第一次为单一市场做定制修改的一款产品。当时有两个方面顾虑比较多,一个是5系加长之后会不会导致7系客户的流失,第二个是会不会影响车的操控灵活性。事实上,后来大家可以看到,7系的销售反而是进一步得到了提高,因为我们了解中国的7系车主不会退而求其次。如果我们跳出产品层面来看,其实它不

## 一汽马自达Mazda6新春送大礼

在刚刚经历Mazda6在2012年末的热销之后,一汽马自达日前又推出了新车购买五项促销大礼,再配合最低135800元起的终端售价,欲在2013年继续扩大市场份额,为今后的整体战略积累更多的用户口碑。

五项好礼分别是千元加

油卡畅享礼、新车交强险安心礼、原厂导航半价特惠礼、十二项智能升级礼、贷款0利率0手续费金融礼,前四项好礼在购买新车时需要消费者四选一,而打算贷款购车的消费者在前四项选择一项的同时还能选择第五项的贷款0利率0手续费金融礼。

众所周知,Mazda6以最低135800元的终端售价创造了行业的典范,如果加上五项好礼相送的话,在保持对A级车的价格市场的冲击下,又进一步巩固了其作为B级车的平台优势,让原本已经极具性价比的Mazda6更增添了一份市场竞争力。

## 一汽丰田柯斯达全新上市



一汽丰田汽车销售公司近日宣布,旗下多用途豪华中型客车COASTER柯斯达于1月14日正式改款上市,售价区间为36.5万-56.3万元。即日起,消费者便可在一汽丰田遍布全国的450家经销店进行预订。

全新COASTER柯斯达在外观、内饰、动力、科技配置等各方面均有大幅升级和优化,其中尤以全新配备的4.0L V6发动机为最大亮点,从而以更加明显的综合优势书写多用途豪华中型客车的新典范。

### 动力革新 强劲高效

众所周知,COASTER柯斯达始终伫立于高端中巴客车金字塔的塔尖,一枝独秀。但为了满足更广泛的客户需求,一汽丰田从未停止过改进和完善的步伐,不断进行着精益求精的改进创新。此次改款便根据客户需求全新配备了更为高效的4.0L V6发动机(6GR-FE),最大输出功率高达171kW,从而使得车辆动力更加澎湃,性能愈益卓

著。同时,该发动机还具备多项全新特性,其所采用的双VVT-i系统,压缩率高达10.4,配备优化设计的活塞、耐热性极高的催化器以及高效的进气和排气系统,最大限度地提高了整车的行驶性能和燃油经济性,轻松满足各种使用需求和日益苛刻的尾气排放法规。

### 豪华升级 内外兼修

新款COASTER柯斯达在从外到内的诸多细节上都进行了优化设计或配备,使得车辆的豪华感全面升级。外观方面,前脸的中央区域向前微凸加之进气格栅的曲线设计,具有极强的立体感和力量感,透射出一股勇往直前的气势;同时,车门上镶嵌了电镀装饰以及车型标志,也增添了豪华气息;全新配备的高亮银钢车轮,更让COASTER无论是在何种状态下都熠熠生辉。

内饰方面,为配合4.0L V6发动机的应用,组合仪表盘上新增了速度警告灯,当时速超过100KM时便会发

出警示音;而中控台进一步的美化升级和后排座椅材料的变化则让柯斯达的内部空间更显时尚舒适。此外,顶部逃生窗、LED车厢灯、司机座地图灯、行李舱灯、乘客门紧急开关、司机门双密封防护条等诸多豪华轿车才具备的人性化高新配备,为用户营造了一个更加安全、便利、安静和惬意的乘车环境。

### 丰富特装 用途广泛

除了基础车型之外,一汽丰田不断听取用户的需求和建议,曾先后推出过多种COASTER柯斯达特装专用车型,如VIP接待车、医疗车、通讯指挥车、消防指挥车、移动商务车、环境监测车等,品种极为丰富。据了解,特装产品已经占据柯斯达客车整体销量的近一半,其中,超VIP版和短程巴士更是备受关注。

超VIP版是一款定位于高级商务用车及接送贵宾的专用车辆,它给用户们提供了逾40种的选装项目,深受政府机关等用户的好评;而短程巴士则将产品定位于机场、酒店、旅行社等接送客人用途,整车后部设计了便于行李搬运的双开门,添加了前后两个行李舱。COASTER柯斯达的特装更体现在其灵活性上,其特装系列零部件大部分都可以根据客户需求灵活加装在基础车型上,彰显其“客户第一”的最高宗旨,使用户满意度不断提升,品牌价值不断积淀。

在轻卡市场继续低迷的情况下,2012年福田奥铃品牌年度销量突破7万辆,同比增长13.5%,市场占有率达到30.4%,进一步稳固了在中高端轻卡市场的领先地位。

在各个细分市场中,“全线发力”是奥铃逆势增长的制胜法宝。目前,奥铃的产品结构有奥铃豪华版、奥铃捷运轻卡以及奥铃中卡。其中,奥铃捷运与上一年相比增幅

## 福田奥铃逆势领跑再创佳绩

不大,固守中档轻卡阵地,而奥铃豪华版,实现同比增长超过20%,成为奥铃增长的核心业务板块。另外,新上市的奥铃中卡也实现了1500台的净增长,为奥铃年度销量贡献了一股力量。

在产品开发上,搭载康明斯发动机的奥铃CTX和搭载奥铃4JB1发动机的奥铃

TX,以节能环保和可靠耐用为主要特征,极大地满足了对载重量要求不高的日用百货和食品类运输物流需求;奥铃捷运和奥铃TX雷沃动力产品,满足了城郊物流运输所必备的“高速重载”的物流用车需求。而奥铃中卡,则能满足大载重吨位的城际高效物流用车需求。

## 东风本田艾力绅全面发力2013

在2012年7月上市的东风本田ELYSION(艾力绅),在MPV整体受挫的后半年表现不俗,上市半年便顺利完成6866辆的销售目标。在整体乘用车增幅放缓的大环境下仍取得良好的成绩,可见艾力绅的市

场潜力更有待释放。作为一款stylish MPV,艾力绅以“宽享全座舱”的独特别念,带来十足的高端舒适感,也将媲美商务车、轿车、旅行车的沉稳优雅、驾控享受以及超大空间的三大优势完美融合。凭借其高端的定位和

出众的产品力,艾力绅连续成为重要会议的指定用车,为高端商务人士保驾护航。同时,多重组合的空间模式也迎合了众多中高阶层白领假日出游对旅行车的需求。

已在2012年拔得头筹的艾力绅,集商务车、轿车和旅行车三位一体的多元优势,其未来的潜能更不言而喻。2013年艾力绅更迎来了全面发酵期。在公务采购领域备受关注的艾力绅,也已经做好蓄势的准备。

据厂商内部消息,未来艾力绅将实现企业“一区一策”的营销方案,以全国重点城市为试点,全面深入接触消费市场。



## 福田奥铃逆势领跑·再创营销佳绩

近日,福田奥铃透露,2012年,在轻卡市场继续低迷的情况下,奥铃品牌年度销量突破7万辆,同比增长13.5%,市场占有率达到30.4%,进一步稳固了奥铃品牌在中高端轻卡市场的领先地位。与此同时,奥铃CTX·2.8康明斯动力国IV新品、奥铃TX·4JB1TDI·动力国IV新品、奥铃TX雷沃动力国IV新品以及奥铃中卡国IV新品集结亮相,以超前的技术实力和优异的市场答卷,开创了2013年中国中高端中卡、轻卡行业的营销传奇。

奥铃业务总监赵建民表示:“奥铃这些年的发展一直非常快,即便这两年国家宏观调控,GDP增幅放缓,奥铃的发展速度从未降下来,每年都是两位数增长。而在未来十年内,中高端中轻卡升级换代的趋势不可逆转,这正是奥铃的核心价值和品牌定位所在,所以奥铃品牌有信心在十二五期间全面超越竞争对手,成为中国中高端中卡、轻卡市场的领军品牌。”

据介绍,在各个细分市场中,“全线发力”是

奥铃逆势增长的制胜法宝。目前,奥铃的产品结构有奥铃豪华版(TX和CTX)、奥铃捷运轻卡以及奥铃中卡。其中,奥铃捷运与去年增幅不大,固守中档轻卡阵地,而奥铃豪华版,实现同比增长超过20%,成为奥铃增长的核心业务板块。另外,新上市的奥铃中卡也实现了1500台的净增长,为奥铃年度销量贡献了一股力量。

据了解,奥铃CTX·2.8康明斯动力国IV新品、奥铃TX·4JB1TDI·动力国IV新品、奥铃TX雷沃动力国IV新品以及奥铃中卡国IV新品虽不是首次亮相,但在2012福田奥铃中国劲霸轻卡耐力赛上,四款新品通过严苛赛事的历练和品质的见证,给广大用户留下了深刻的印象。奥铃率先推出国IV系列新品,实现了产品的“超前”应用,积极践行“绿色科技”,“低碳减排”,倡导中高端中卡、轻卡行业的节能减排,推动了节约型社会的建立,更深刻诠释了“低碳绿色物流”的新趋势。