



上海车展, 未来十年车市新起点

2013上海国际车展规模创下历届国内车展之最。超过28万平方米的总面积,吸引了来自全球18个国家和地区的近200家厂商参展,其中展出整车约1300辆。随着中国成为世界汽车消费第一大国,国内车展的规模不仅逐年扩大,车展在全球范围的影响力也逐年提升。在本届车展上,进行全球首发的车型111辆,概念车69辆,新能源车91辆。

以“创新·美好生活”为主题的本次上海车展上亮点多多。自主品牌实力提升、混合动力渐受青睐、豪华车新车密集发布、偏离车展本质的炒作越来越少……这些现象将对未来中国车市起到正面影响。

特别值得一提的是,在合资品牌市场下探、消费升级的大背景下,此次车展上自主品牌越发成熟,战略发布越来越务实和理性。

奇瑞结束了多品牌战略,回归“一个奇瑞”,坚持以市场为导向做好品质;吉利携旗下23款车型及自主研发的先进发动机和6AT、7DCT变速器参展;长城哈弗系列的惊艳亮相得到了市场广泛认可……

未来在坚持自主研发基础上,自主品牌将通过合作共赢,整合国内、国际技术和资源,突破技术和品质的天花板,走上可持续发展的

创新之路,成为消费者认可的国民品牌。

在经历了10年爆发式发展后,中国汽车产业进入平稳发展阶段。微增长的中国车市可能无法像以前一样靠市场自然成长发展壮大。车展和车企管理层都需要冷静下来思考。未来的成功者将是那些在产品技术、品质、管理水平和营销能力上达到平衡的企业。



张瀚中

奔驰中国市场的变与不变?

郝博:北京梅赛德斯-奔驰销售与市场执行副总裁

一问:奔驰如何追赶宝马、奥迪,还要应对来自二线的挑战?

郝博:在中国豪华高端车细分市场呈增长态势,消费者会根据喜好来选车,这对品牌来会是一种鞭策。奔驰品牌的优势在于非常广的产品线,可供客户的选择很多。更多的竞争会让奔驰做得更好。

二问:如何抓住SUV和紧凑型

车各个细分市场?

郝博:这两年SUV市场及紧凑型市场增长强劲,奔驰对这些新的增长点很有把握。除了GLA概念车、现售的ML、GLK、GL及G级车覆盖SUV各个细分市场。又引进了紧凑型两款车型,而且这些紧凑型都具备奔驰所有品牌的特性,每一辆都是纯正的

梅赛德斯-奔驰。

三问:GLA有何竞争优势?

郝博:紧凑型SUV细分市场的潜力和容量非常大,虽然奔驰进入时间不是第一,但奔驰的产品将一如既往地具有很强的竞争力。GLA概念车预示了未来紧凑型SUV的发展方向,有信心会非常喜欢未来的量产后的GLA。

采访后记

十六日,我的同事受邀参加奔驰在上海车展前的体验活动,人人手里发了一个苹果iPad,从中体验互联与汽车的愉悦轻松便捷的驾乘方式。那款概念车却静静地观望着这群抓狂的年轻群体。道出奔驰的营销和技术与品牌的一致性。上海车展奔驰组织了四批全国媒体的专访,每次四十五分钟一次六至七人,重点传播精准效果可想而知。车展当天关注到英文版的上海日报十个版中奔驰占四个版,投放力度之大可看出针对投放层面的精确性。德系“三大豪华”基本在北方站住了脚,奥迪一脚先于宝马、奔驰跨越长江、黄河兵临城下于广东。而且一下子把品牌起点拉得如此之高,催生了奔驰中国的变与不变。



李宏鹏:北京梅赛德斯-奔驰销售高级执行副总裁

一问:培训体系大于销售比例?

李宏鹏:未来三年的发展规划是每年新开业不少于50家经销商网点,而且大部分集中在空白市场,到2015年网络布局能够满足销量目标的增长对网络布局的需求。奔驰在网络发展上更加看重对现有网络能力的提升,对现有网点进行更加全面的培训,包括售后服务的技能培训、新产品培训、销售培训、管理及财务的培训,通过综合性的培训体系来确保每一个现有经销商都能够卖好车且服务好,这已经成为奔驰新

公司业务发展的重中之重。

二问:GLA是跨界吗?

李宏鹏:奔驰新的车型平台——NGCC,新一代紧凑型豪华轿车,包括现在能看到的A级车、GLA概念车等五款车型出自这一平台。这五款车型不仅是年轻奔驰的代表,也代表了新产品的趋势。GLA概念车是紧凑型SUV,打造出了更加动感与更具有轿跑风格的紧凑型SUV,未来的客户群体会逐渐壮大,紧凑型SUV将来恰恰可以作为一个轿车到大型SUV的过渡产品。

三问:奥迪明确提出在2015在华达到70万辆的销量,奔驰是30万辆,怎样在价与量上达到平衡?

李宏鹏:从一个高速增长期逐渐转变到一个相对缓慢的增速期,毕竟会产生供需矛盾的问题,这个过程中需要做出一些相应的调整。中国市场是一个多变的,会产出新的客户群,如何满足这个客户群的需要,就需要有产品和营销的策略对应。奔驰会在通过调整我们的产品营销策略和产品定位策略,来保持恢复我们在中国市场的价格稳定。



与南丰北丰打混合动力牌不同,奔驰以百分之五十一的股权掀起了新公司的中国市场狂飚起点。否则如何体现一路奔驰的品牌特性?用郝博的话说,首要任务是要为奔驰在中国的可持续发展及成长打下坚实基础。李宏鹏则说,卖好车服务好,这已成为奔驰公司业务发展的重中之重。

主笔 祝虹

新车秀

劳斯莱斯魅影

预计上市时间:今年下半年

在经营多年之后,劳斯莱斯开始褪去稳重的外衣,朝轿跑车型发力,魅影便是这样一款产品,它的前脸设计与古斯特相同,但是尾部变成了掀背造型,发动机则是强大的6.6T V12。



保时捷全新Panamera

预计上市时间:未知

新版Panamera最大亮点在于它带来了轴距超过3米的长轴距版,最大限度上为后排乘客提供了宽敞的空间,让它的舒适性进一步提升。



宾利飞驰

预计上市时间:不详

宾利新款飞驰是宾利有史以来最强悍的入门级车型之一,它搭载的6.0T双涡轮增压W12发动机可以让它的百公里加速跑进4.3秒,同时外观造型在视觉效果上也更具冲击力。



英菲尼迪全新JX

新车售价:61.8万-71.8万元

英菲尼迪JX是一款七座豪华SUV,无论是外观设计还是动力性能都达到了同类产品中的顶尖水准,旨在为社会精英提供一辆兼顾商务与家庭的座驾。



宝马3系GT

预计售价:45万-68万元

3系GT是宝马以3系为基础推出的一款溜背跨界车型,空间尺寸都全面超越轿车版3系,将给车主带来更加宽敞自由的驾乘感受。



星客特E350湾流

E350湾流在原有星客特E350车型的基础上,对其内饰、影音系统、iPad操控系统等多方面进行了升级换代,带来全新的奢华体验,使汽车驾乘成为一种美好的生活享受。一直以来,星客特汽车专注于为精英人士提供独一无二的顶级定制豪车。

