

悦然纸上



起个名字真难

Tesla, 汽车界风头正劲的新锐,刚刚在美国硅谷创下近150亿美元的家业;占宝生,一位精明的中国商人,手中握有多个知名品牌在中国的注册商标,近日,这两个看似不相干的人却吸引了汽车界的绝大多数眼球,原因非常简单,那就是Tesla的惯用中文名特斯拉被占宝生握在手中,并开出了2亿人民币的天价转让费。

这早已不是国内汽车界第一次发生商标抢注事件了,不少洋品牌在正式进入中国后都遇到过这些问题,为了这样的问题,有些品牌选择了向名字妥协:大名鼎鼎的丰田佳美被迫改成了凯美瑞;家喻户晓的凌志被迫改名为雷克萨斯,其他诸如无限改名英菲尼迪、莲花改名路特斯之类的,都算不上什么大事了。有些品牌则选择了坚持,不过也付出了高昂代价:当年北京现代成立时,发现现代这个商标已经被注册,最终北京现代以浙江的省级经销权为代价,从浙江现代集团手中拿回了这个商标,这个省级经销权在当时的估价约为4000万人民币。

像占宝生这样的商人在国内并不少见,他们通常活跃在互联网界,以手中拥有优质域名为资源,有人借域名与玉米的谐音,给了他们一个称号,叫做“米农”。

话说回到占宝生身上,这个人还真是人如其名,为占宝而生,他是“米农”界有名的大佬,他一向眼光独到,飞利浦、三菱等知名公司的相关商标,甚至连“愤怒的小鸟”这个商标,都位于他的名下,早在2006年,他就开始了对Tesla这个商标在国内的注册申请,这次Tesla想进军中国,在商标这一关上可谓遇到了大麻烦。

不得不承认,抢注商标这个看似不太光彩的行为,在现代商业社会中已经成为了一门生意,商标作为企业重要的无形资产,其价值也越来越被企业所重视,尤其是Tesla这样的年轻品牌,不管最终采取怎样的办法解决,可以肯定的是它都将付出高昂的代价。

但我们不妨换一个角度看,Tesla这个原本在国内无人知晓的品牌,通过此次事件却一夜红透,从汽车界到IT界再到金融界,这个品牌都是目前的关注焦点,中国电动汽车界的明星、比亚迪董事长王传福甚至以一种羡慕嫉妒恨的口气宣布:“比亚迪分分钟就能造出特斯拉”。

事实上,特斯拉在2009年推出首款车型的时候就曾表示关注中国市场,不可能到现在才来纠缠商标这个问题,而特斯拉进入中国的最大障碍,其实是相关政府部门的审批,而商标被抢注,除了掩盖住审批遇阻这个事实外,还可以博取外界眼球,不用投入任何广告,就让大家知道了它,这笔费用,就算是用来买下商标,其实也是划算的,不得不说,特斯拉的这一门生意,远远比抢注商标要来得更精彩。

徐悦

撤资、退地、份额萎缩
自主品牌在宁再遇冰点

谁替“自主”做主?

制图 沈明

虽然近两个月以来,几个自主品牌汽车在新产品的推广上都显得风生水起,大有抢夺市场主角的意思,但是上周发生的一些事情,还是暴露出了自主品牌汽车目前的艰难处境:一方面,7月份自主品牌乘用车市场占有率下降到了2008年全球金融危机以来的月度最低水平,另一方面,力帆、青年、曙光等自主品牌相继宣布停止几个规划中的基地建设项目,前段时间的疯狂圈地造势画上了句号。在我们身边,记者也明显感觉到了自主品牌的停滞不前,在过去一年时间里,合资品牌的经销商一家接着一家在南京红火开张,它们占据的,恰恰就是自主品牌败退留下的阵地。

现代快报记者 张瀚中

自主阵地被合资进口抢占

来自中国汽车工业协会的最新数据显示,7月份全国汽车产销分别完成158.33万辆和151.63万辆,与上年同期相比产销增速分别为10.2%和9.9%,继续保持稳定的增长态势。

但进一步分析数据发现,其中中国品牌乘用车7月共销售43.55万辆,比6月下降17.3%,比上年同期增长5.8%;占乘用车销售总量的35.2%,比6月下降2.3个百分点,比上年同期下降1.6个百分点。德系轿车市场占有率继6月超过中国品牌后,7月再次蝉联第一。7月,德系、日系、美系、韩系和法系分别占轿车销售总量的26.6%、19.7%、16.6%、9.5%和3.9%。而

中国品牌轿车7月共销售19.58万辆,占轿车销售总量的23.3%,市场占有率比6月下降1.2个百分点,比上年同期下降1个百分点,为2009年以来的月度最低水平。

看似冰冷的数字,在我们身边其实有着鲜明的体现:记者简单统计了一下,在最近一年时间里,南京几乎没有新成立的自主品牌经销商,相反,江淮、奇瑞、比亚迪等品牌都有数量不等的经销商退出,而他们退出后留下的店面,都不约而同地被合资或者进口品牌所占据,位于卡子门高架下的原奇瑞经销商,目前就被林肯品牌所占据。

增长停滞困扰民营车企

在三五年前,汽车市场处于高速增长期的时候,不少地方政府为了拉动当地经济纷纷开始寻找汽车企业投资圈地,在车市走向停滞,这些过剩投资带来的不良反应也如期上演了。

事实上,自进入2013年以来,汽车界已经发生了不少此类案例:青年汽车在海宁的近37公顷项目用地被收回;在贵州六盘水的项目也宣布退出;力帆汽车在呼和浩特耗时6年打造的部件项目无疾而终。

这些品牌遭遇的困境在南京市场也体现得十分明显:青年莲花、力帆等品牌在南京的经销网店数量凤毛麟角,并且在数年的时间里都没有增长的趋势。

据不完全统计,国内目前绝大多数省份都有汽车制造业,我国的汽车整车制造企业有123家,全国有27个省(市)生产汽车,有17个省(市)生产轿车,有23个省(市)已建成轿车生产线,不少地方政府都把汽车工业作为本地区的支柱产业。中投顾问研究报告指出,“目前我国已是全球汽车产业园区数量最多的国家。”

但是在车市的增速从20%下降到个位数时,加上汽车品牌的市场表现差异越来越大,车企在各个地方政府心目中的地位自然就会下降,这个时候,无法带来收益的项目,便成为了车企与地方政府共同的累赘,在这样的境况面前,无论是车企还是地方政府,都应该对自身的行为有所反思。