



保时捷全球顶级经销商，捷成集团主席捷成汉先生接受快报独家专访：

一年卖9000辆跑车，谁撬动了中国市场

“中国现在是世界经济发展节奏的制定者，甚至可以说是世界经济的起搏器，它在推动全球的发展。”室内弥漫着浓郁的咖啡香，捷成汉先生说：“哦，其实我也爱喝茶！”

出生在德国，后来在德国、丹麦、英国、瑞士求学，之后到了中国香港成为捷成集团新的接班人，经过几十年的奋斗，捷成汉先生不但一个拥有120余年历史的家族企业的主席，更加是一个拥有世界视野的中国通。

这次来到南京，捷成汉先生是来参加捷成汽车南京保时捷中心的奠基仪式。来到相约的采访室，他对记者说的第一句话竟然是“四海之内皆兄弟”。

实习生 杨婉宁 现代快报+/ZAKER南京记者 徐悦



捷成集团主席捷成汉先生(左)接受现代快报记者独家专访

中国商品是高品质的代表

捷成汉先生说汉语并不地道，但有些成语却讲得字正腔圆：“我非常欣赏中国的智慧，能够把很深邃的含义浓缩到几个字中。我家里一直挂着这幅字，‘四海之内皆兄弟’，我认为这是中国最高的一种智慧。我们家族在中国的发家是从船运代理开始，你知道，做船运这一块很重要的一点是船员要相互支持，不管你是哪个级别，大家都需要相互帮扶，所以我们非常强调合作精神。还有，船运行业需要投资者，投资者对你进行投资是对你的信任，这其实跟中

国的文化也是息息相关的，你要相互尊重，相辅相成，共襄盛举。”

捷成汉很喜欢研究中国历史，最关注的是乾隆时期，“我认为它是中国历史上较早对外进行大规模开放，但是又保留了中国特点的时期。当时社会很稳定，经济也很繁荣，以中国为代表的东方和西方在历史上交汇，也是在那个时期有很多的中国商品和元素被引入西方，在西方掀起了一股中国热。当时西方一讲到‘中国’的含义就是很贵，质量很好。你看，中国商品其实是高品质的代表。”

与现代艺术之车的合作

捷成集团始创于1895年，总部设在中国香港，主要业务范围为饮料、消费品、汽车、工业、物流、捷成资本。在其业务板块里，汽车占有相当大的比重。

捷成是保时捷在全球最大的经销商集团之一，在大中华地区的主要城市已开设并运营10家保时捷中心，2017年捷成汽车成绩骄人，共计交付大约9000台保时捷跑车。

自1955年将首部保时捷跑车引进香港，捷成与保时捷在大中华区的合作已超过60载。提到保时捷，捷成汉先生面露自豪，他告诉记者，上世纪50年代，捷成集团与保时捷在香港开始合作。因为保时捷的设计非常考究，能激发人们情感上对它的共鸣，很快取得了香港消费者的认可。

“在我眼里，保时捷跑车是唯一一款可以称之为现代艺术的车。”

捷成汉先生还跟记者分享了一个故事。当中国内地开始正式对外开放后，捷成集团去广州拓展保时捷市场。在一次圆桌会议上，捷成汉先生让大家猜猜十年之后保时捷销量可以达到多少，在场的每个人写一个答案，写在小纸条上放到信封里面保存好，十年之后再打开，看谁最终的猜测是正确的。结果，十年之后谜底揭晓，最终大家都错得非常离谱，差了10倍都不止。

“其实所谓的聪明人一点都不聪明，大家都是自作聪明而已。我在这个事情里学到了一个非常重要的经验教训，就是永远都不要低估中国市场的容量。”

转型期的探索：不怕犯错

谈话到一半，我们的话题转到了中国市场。记者给捷成汉先生抛出了一个问题：高端汽车品牌的消费情况是能够反映一个国家或地区人们的消费能力和消费习惯的，从捷成近年来在中国市场的运营情况来看，如何评价中国消费者对于汽车消费的理念？这一理念在近年来是否有较大改变？

捷成汉先生加了一杯咖啡，略加思索：“我觉得这个问题是一个非常重要的问题，中国的汽车消费市场的确是非常独特的，首先这是一个新兴市场，是一个比较年轻的市场，这是区别于欧美市场的。第二点差异就是中国目前还没有真正成熟的二手车市场，所以我认为二手车飓风在未来十年会席卷而来。讲到第三点，中国人对品质的要求也很高，这体现在中国人对美食的追求上，

中国人在对食品的质量还有种类的追求，在世界上可以说是独一无二、无与伦比的。第四，在未来，人工智能、自动化技术、无人驾驶等都会对中国市场产生很大的影响，这种影响力会超越西方。另外，中国城镇化的进程越来越快，所以，我虽不明确中国市场十年之后到底会变成什么样，但是可以确定的是，中国消费者会成为趋势的设定者。”

专访接近尾声时，天色已经完全暗了下来。霓虹灯下，往来的汽车形成了南京夜色美丽的风景线。

捷成汉先生看着窗外，“你看，中国汽车市场并不简单。作为一个经销商集团，没有现成的经验可谈，不断创新、不怕犯错是非常重要的，懂得如何应对失败其实是成功的一个重要关键。”

车市“金九银十”成色不足

10月份即将过去，传统的车市“金九银十”可能要大打折扣。记者从江苏部分汽车经销商处了解到，受市场环境影响，近两个月，有的品牌车型出现了“跑量不挣钱”的情况，业内人士预计，销量颓势有可能延续到年末。

现代快报+/ZAKER南京记者 李喆

数据：9月销量降一成多

据中国汽车工业协会统计分析，9月份，汽车生产235.62万辆，环比增长17.81%，同比下降11.71%；销售239.41万辆，环比增长13.82%，同比下降11.55%。其中，乘用车生产202.48万辆，环比增长18.74%，同比下降11.86%；销售206.05万辆，环比增长15.12%，同比下降12.04%。商用车生产33.14万辆，环比增长12.39%，同比下降10.82%；销售33.36万辆，环比增长6.38%，同比下降8.39%。

从乘用车品牌销量前三名表现看，轿车品牌中的朗逸、轩逸、卡罗拉，SUV品牌中的哈弗H6、宝骏510、途观，以及MPV品牌中的五菱宏光、宋MAX、别克GL8销量靠前。

数据进一步显示，新能源汽车依然保持

高速增长，但由于其销售规模占比较小，因此，难以提振车市向多热情。1—9月，新能源汽车产销分别完成73.5万辆和72.1万辆，比上年同期分别增长73%和81.1%。

有车商“跑量不挣钱”

对于10月份的车市情况，记者向部分品牌经销商进行了咨询。其中，某国产品牌经销商江苏地区负责人表示，虽然整个市场呈现微增长态势，但该品牌车型主打互联网概念，因此，仍受到不少年轻客群的喜爱，保持了30%的高速增长。不过，某豪车品牌区域销售总监却给出了“跑量不挣钱”的成绩单，这位销售总监坦言，“有时为了保销量，不得不牺牲价格，做一些促销活动，甚至还要‘倒贴’。”

谈及销量下滑的原因，不少销售人员表示，主要受市场环境影响，一方面，市场本身竞争激烈，随着消费渠道的增加，消费者可选范围也在增多；另一方面，消费者购买力也在下滑，首次置业、换车的需求也在降低，而这种观望情绪可能延续到年末。

目前，车市传言购置税将要下调。对此，业内人士表示，只是看到一些传闻，并没有接到相关消息。他们认为，购置税下调，或者像此前一样，对低排量车型减半收取，可能在一段时间内会刺激购车需求，但对于乘用车市场良性成长来说，还需要长远的规划。

兼容理想与现实 K5插电混动引领精英生活新潮流



绿色环保的可持续发展模式已经成为国家战略并达成社会共识。中国作为人口大国，巨大汽车保有量所产生的尾气排放，给环保带来极大的挑战和负担。新能源技术在推动汽车行业从传统制造转向智能制造中，起着关键性作用。在新能源汽车领域，东风悦达起亚依托自身先进的造车理念和技术水平，将梦想与现实兼容，融合设计与科技出众，性能与环保兼备的新能源座驾——K5插电混动，旨在通过“以人为本”的企业态度与精神，创造出引领未来的精英生活潮流。

潮流外观 精英气质

K5插电混动依然延续着“Design KIA”的设计理念，全新风阻自控式前中网带有智能启闭功能，可以自动调节开启角度，关闭后能降低风阻，提升燃油经济性。车身侧面的左、右翼子板，以及车辆尾部的“plug-in”标识，赋予了K5插电混动独有的专属身份感。内饰上，K5插电混动采用了简洁的纯黑色内饰，配合带加热功能的前后排真皮座椅，使得车内氛围更加高贵、典雅。科技上，K5插电混动搭载了更丰富，更为全面的科技配置，其中，超大仪表盘，以及可显示车辆充电状态的专属AVNT，将实用性与科技融为一体。面对目前大力推崇的低碳环保、绿色出行，精英人士或许需要K5插电混动这样一款座驾，去引领潮流，成为环保事业的先锋代表。

绿色节能 高效动力

绿色、节能是新能源车型叱咤汽车市场最

有利的法宝。东风悦达起亚K5插电混动，由2.0L发动机+电动机组成的混动系统，最大化地满足消费者对于高效性能的追求。其工信部综合油耗仅1.3L/百公里，即使油价继续上升，消费者的出行支出也不会有太大改变。K5插电混动在纯电(EV)模式下，依靠高效锂电池支撑，续航里程可达75km。当电量不足时，车辆可以通过混动模式持续行驶。得益于此，K5插电混动汽车百公里油耗仅1.3L，很好地兼顾了高效动力与低碳节能的市场需求。

汽车新能源技术持续突破，加上政府政策的大量扶持，推动着汽车制造向清洁环保转变。技术、政策、公众环保意识的加强，这些都让汽车这一传统制造业迈向高技术含量的清洁环保产业。可以预想的是，随着以K5插电混动为代表的新能源车型走进我们的生活，其强大的技术革新力，让绿色出行这个梦想在广袤的土地上走进现实。

广告