

A5 4S店借离职潮缩编恐顾此失彼

销售的疲软导致去年底开始车市频现销售人员离职现象。但值得关注的是,这股跳槽风中,很多4S店在人员流失后并不急于补充,而是顺势缩编销售团队,欲“减员增效”。

A6 蔡澈:奔驰要做最具活力的豪华品牌

在刚刚结束的日内瓦车展上,全新梅赛德斯-奔驰CLA级运动轿车、全面升级的新一代E级车、全新A级车——A 45 AMG均在此迎来首发,另有多款不断追求极致性能的AMG车型同台亮相。

A7 豪华品牌京城逆市大举扩张

尽管豪华品牌经销商的盈利能力普遍开始出现下滑,但北京商报记者日前走访汽车市场发现,在经历了去年的巨额亏损,纷纷延缓新店建设后,今年各豪华品牌在京的建店计划再度升温。

大众“2018战略”有望提前五年实现

尽管去年集团受到了不利因素影响,对于销量和盈利预期谨慎,但文德恩近日在德国沃尔夫斯堡召开的2013大众汽车全球年会上表情轻松,这位欧洲第一大汽车制造商的首席执行官正在逐步接近自己的“2018战略”梦想。

2012财年,大众汽车集团首次销量突破了900万辆大关,销售收入增长20.9%,达1927亿欧元。综合经营利润小幅上涨,创下115亿欧元新高,这其中并不包括中国合资企业的权益经营利润37亿欧元。

销量与盈利能力的提升,为大众汽车全面实现“2018战略”奠定了基础。在2013年,大众汽车集团只要增长稳定在8%,即可实现1000万辆的销售目标。而对于文德恩而言,为了“2018战略”目标能够提前实现,他把更多筹码押在了增长最快的中国市场。

2012年交出满意成绩单

尽管有消息称文德恩将于明年退休,但当有记者问到这个话题时,他风趣地回答:“我现在还非常健康。”大众汽车集团去年的业绩足以让这位老人感到欣慰,而今年66岁的他仍然希望看到“2018战略”目标能够在自己的手中变为现实。

大众汽车集团最新公布的财报显示,2012年,大众汽车集团在全球范围内共交付新车927万辆,比2011年增长12.2%,以超过100万辆新车的增幅,在全球乘用车市场的占有率升至12.8%。其中,大众汽车乘用车品牌交付汽车570万辆,同比增长了12.7%,但由于MQB模块化平台的前期投资和全新高尔夫的研发投入,导致了营业利润略降4.1%。

文德恩表示,“大众汽车集团在全球已经拥有了55万名员工,作为对他们去年出色表现的奖励,这55万名员工每人将获得7200欧元(约合人民币5.8万元)的分红”。

大众汽车集团CFO潘师也对2012年的业绩感到满意:“通过出众的盈利能力,我们延续着成功并进一步巩固了我们的市场地位。我们在所有重要市场的业务拓展、卓越的品牌形象、富有吸引力的产品组合以及我们广泛的金融服务、良好的财务状况和富有前瞻性的管理为我们全面实现2018战略做出了重要贡献。”

实际上,今年以来,大众汽车集团以超越市场整体表现和新车交付量继续增长实现了开门红。不包括MAN和斯卡尼亚在内的大众汽车集团前两个月全球交付汽车140万辆,增长8.3%,明显超过市场整体表现。“大众汽车具备了在各种情况

手握去年930万辆的销量,大众汽车集团管理董事会主席文德恩对自己5年前提出的“2018年大众汽车集团将年销量提高到1000万辆,税前利润提高到8%以上”的目标(以下简称“2018战略”)充满了期待。



大众汽车集团年度新闻发布会现场

下延续近年来强势表现的所有条件。”文德恩称。

按照计划,2013年,大众汽车集团旗下品牌将推出大约60款新车型,换代车型和改款车,以期进一步扩大其在全球市场的领先地位。

继续提升中国市场地位

根据大众集团的财报,去年大众汽车集团在华交付销量为2812051辆,同比大幅提升24.5%,占据全球交付销量的比重从27.3%扩大为30.3%。

值得关注的是,5年之后大众集团计划将在中国售出超过400万辆——比目前的销量数据多出75%。“大众汽车的未来越来越取决于欧洲之外的市场。”文德恩表示,中国、美国和俄罗斯将是大众扩张的重点,经过近几年的扩张,大众目前在中国设有12座工厂,而全球工厂总数达到100座;未来数年内大众将在全球兴建至少10座新工厂,其中中国将占据其中7座。

大众集团(中国)总裁兼CEO海兹曼

在接受北京商报记者采访时也表示,今年大众位于乌鲁木齐、佛山和宁波的工厂将开始投产,其中乌鲁木齐工厂是公司首次在中国西部建厂。另外大众还将在长春和佛山开张零部件工厂,到2014年大众天津变速箱工厂将投入运行。

按照大众汽车的规划,大众监事会决定在中国再兴建一座整车厂,年产能将达到30万辆,预计2016年初投产。虽然业内普遍猜测新工厂的位置将在长沙,但海兹曼并未给出具体回答,只是表示大众汽车将按照目标填补在中国的市场空白,并将在华产能扩充至400万辆以上。

研发廉价车计划启动

事实上,尽管高档汽车品牌的收益占大众汽车集团利润的50%以上,大众汽车决定将继续扩大这一业务的领先优势,但为了确保“2018战略”的顺利实施,大众生产廉价车的计划已经在董事会上进行了讨论。

“去年大众在中国市场已经推出了

8000欧元的车型。”文德恩表示,“在可预见的未来,我们将在中国市场推出一款价格更加低廉的6000欧元的车型”。

海兹曼对于廉价车型的计划并未予以否认,但是他一再强调,大众仍在讨论是否在中国推出廉价车,具体车型的计划还要看大众集团最终的决定。

不过,大众在中国推廉价车型的计划还将面临诸多挑战。大众廉价车型所处的价格区间不仅是本土自主品牌长期占据的要地,而且大众品牌的竞争对手也对此区间觊觎已久,并不断进行着产品的下探。对此,海兹曼表示,大众集团已经决定在中国继续投入98亿欧元,除了产能基地建设外,还会对新产品研发进行投资。

押宝插电式混合动力

在文德恩看来,中国市场上引入插电式混合动力技术将是一个非常准确的方向。他表示,未来插电式混合动力技术将是大众集团技术研发工作的重点之一。

“大众正在考虑在适当的车型上将插电式混动技术进行本土化应用,有望在今年上海车展上展示”。海兹曼透露,大众技术团队目前正试图将插电式混合动力技术应用于集团内部MQB平台的车型上,而未来,这一技术还将推广到更多的量产车型上。

尽管相比丰田、本田等日系车企的混合动力技术有所差距,但大众并未甘心放弃这一未来快速增长的细分市场。海兹曼告诉北京商报记者,大众汽车尊重每一个对手,未来大众将在短途的插电式混合动力车型以及长途的传统车型上与竞争对手展开全面竞争。

对于中国汽车市场的整体预期,海兹曼表示,今年大众集团对中国市场的基本要求是与整体增长相吻合,甚至有可能超越平均增长的数据。

“中国市场上的竞争会变得更加激烈,但大众汽车相信,凭借大众汽车丰富的产品组合,再加上更为领先的技术,特别是更加环保的技术以及创新的产品,企业的社会责任,我相信大众汽车在今后还会保持很好的地位,继续满足中国客户的要求,使用户满意。”海兹曼认为,“大众汽车具备了必要的前提,能够达到‘2018战略’目标,这将得益于大众汽车在全世界的优势项目,并可以将这些优势项目应用在中国市场”。

北京商报记者 蓝朝晖
德国沃尔夫斯堡报道
(相关报道见A6版)