

老总观点

合资卡位篇 1

# 英菲尼迪：产能或成国产化掣肘

本报记者 郑宇 成都报道

几天后，东风英菲尼迪将迎来其一周岁的“生日”，而从其在成都国际车展上的表现来看，这一新成立的合资公司已经为自己准备好了“贺礼”。

据悉，在以成都为核心城市的西部市场，英菲尼迪目前的市场占有率已经达到2.5%，比2014年同期提升了1.1个百分点，这也使得英菲尼迪成为今年豪华车品牌中，成都市场的销售同比增幅排名第二。

“面对国内严峻的市场形势，英菲尼迪1~8月在华销量达到2.5万辆，同比增长了35.2%，领先豪华

## 国产助力

“轻资产”模式再加上产品质量把控，使得英菲尼迪提前完成了国产车型销量占比超过50%的目标。

自东风英菲尼迪于2014年9月22日成立之后，先后于2014年末和2015年3月推出了Q50L及QX50两款国产车型。

按照英菲尼迪的规划，2015年即是国产车型带动销量以及实现中期发展规划的关键年，并就此设定了2018年的中期目标。虽然在成都国际车展上推出的是进口车QX70绝影版，但在品牌宣传上，英菲尼迪仍旧将重点放在了国产车型布局上。

“两款国产车型的主力地位不断提升，Q50L近几个月的月销量一直超过1000辆，8月全新QX50单月销量也首次突破了1000辆，而且两款国产车型都是长轴距，是为中国消费者量身定制，其潜力还有待进一步发挥。”戴雷表示。

车阵营增速。”东风英菲尼迪总经理戴雷在接受《中国经营报》记者采访时表示，“其中，车型快速国产是销量增长的主要原因之一，8月，国产车型销量占比达到了72%，并且这一数值已经连续5个月超过50%，我们非常有信心增加一些国产车型。”

由此看来，英菲尼迪已经实现其“2018年年销量超过10万辆，其中国产车型将占一半以上份额”目标中的一半。不过，要在未来三年多的时间里让销量翻两番，英菲尼迪当前的增速仍略显不足。因此，除了增加国产车型之外，英菲尼迪仍需更多的战略布局来支撑10万辆的销量目标。

自国产项目启动以来，由于在最大程度上利用了母公司日产与东风的合资公司——东风日产的现有资源，英菲尼迪的国产并不像其他品牌一样从零开始。其首批国产车型Q50L及QX50也由东风日产的襄阳工厂代工生产，“轻资产”模式再加上产品质量把控，使得英菲尼迪的国产车型首战告捷，提前完成了国产车型销量占比超过50%的目标。

尽管如此，相对于英菲尼迪的发展目标而言，其当前的销量及增速都略显不足。在此背景下，虽然东风英菲尼迪执行副总经理雷新表示第三款国产车型的发布时间暂时不便透露，但为销量的迅速增长，英菲尼迪在近期进一步扩大国产阵容几乎是势在必行。

## 逆势挑战

如果英菲尼迪近期进一步投放国产车型，以迎接当前的逆势挑战，产能可能会成为关键问题。

以英菲尼迪前8个月的销量及增长幅度推算，其今年的销量预计在4万辆左右（英菲尼迪2014年在华销量为3万辆）。而要在接下来的几年里达成目标，英菲尼迪需保证年平均同比增速要达到37%左右。而随着中国汽车市场以及豪华车市场增速的不断放缓，实现这一增幅的难度也将逐年加大。

“今年市场情况虽然很严峻，但市场格局还没有完全定下来，未来还会有波动。我觉得未来有机会快速上升，但也可能遇到一些问题而下降，包括其他成熟的品牌，所以这是个机会和挑战并存的市场。”戴雷坦言，“作为后来者，英菲尼迪最大的挑战是知名度还比较低，还有很多人不了解我们的品牌。同时，对我们的经销商来讲，由于目前的保有量还比较低，经销商还是要依赖新车销售盈利，这跟其他更成熟品牌相比是一个挑战。”

的确，虽然近两年凭借着大量的综艺节目、影视剧等植入营销，英菲尼迪的知名度较前几年有了很大的提升，但仍未能摆脱“小众”品牌的形象。而且，知名度与销量之间存在着双向促进关系：英菲尼迪要提升销量，品牌力的打造必不可少；但品牌力要获得实实在在的提升，却要以销量基数作为基础。如何在这样的循环中寻求共赢，将在相当一段时间内继续困扰英菲尼迪。



戴雷

东风英菲尼迪总经理

英菲尼迪国产化要点

2014年	2015年	2018年
9月22日 东风英菲尼迪成立 当年年末 推出Q50L国产车型	3月 推出QX50国产车型 1月-8月 销量为2.5万辆，同比增长35.2%，其中4月~8月国产车型销售比例均超过50%	在华目标销量为超过10万辆，其中国产车型将占全部车型的一半以上份额。

国产车型的投放是英菲尼迪销量快速增长的主要原因之一。从目前的市场环境来看，1~7月中国豪华车市场销量增长2%，但7月单月下降3%。同期，国产豪华车的同比增长近20%，而进口豪华车则下降了15%左右，在这种环境下，我们推出国产车型是非常合适的。因此在未来，我们也有信心增加一些国产车型，来帮助销量的进一步提升。

此外，英菲尼迪还要面对来自于内部的压力。即使避开了国产前的选址、建厂、投产以及政府审批等环节，但与合作方在国产初期的磨合却不在“轻资产”模式的解决范畴之内。

按照此前的规划，襄阳工厂为英菲尼迪预留了6万辆的产能，以支撑其2018年的目标。不过，国产车型上市之后，却仍旧存在“供不应求”的情况。对此，雷新解释称：“在某种特殊情况下，可能有一些相应的协调。但客观来讲，Q50L上市后，有些车型就一直处于供不应求的状态，这并不是说襄阳工厂的产能不够，主要原因还是我们处在一个磨合的过程当中，产品规划和需求预测还要更准确一些。”

由此看来，如果英菲尼迪近期进一步投放国产车型，以迎接当前

的逆势挑战，产能可能会成为关键问题。这意味着，合资双方在相当长的时间内，还需就此进行进一步的沟通和磨合。

汽车行业知名分析师贾新光表示：“目前市场仍处于消费升级阶段，同时越来越多的80后、90后进入消费主流，这两点对英菲尼迪有利。不过，这一品牌的发展在短期内可能遭遇的主要问题还是国产产能，因为豪华车的产能扩张非常困难，对工艺要求较高，难以在短期内迅速提升，这也是多数豪华车品牌都曾遇到过的瓶颈之一。”

文/舒格

2015年9月4日，成都国际车展正式开幕，各大品牌车型悉数亮相，可谓“高手”汇聚、“英雄”集结。

作为进口车市的重要成员，大众进口汽车为中国消费者带来16款重磅车型，其中，大众首款插电式混合动力车型全新Golf GTE正式亮相，并宣布官方售价为288800元。

大众进口汽车总经理施尔天先生表示：“全新Golf GTE的引入，将为中国消费者带来兼具环保和性能的高品质产品。预计到2016年底，我们会引入更多新能源车型，为中国消费者提供多样化的绿色出行选择。”

## 用科技“唤醒”蓝天

作为本届车展的一大亮点，全新Golf GTE的正式亮相，是大众进口汽车在推出electric up!之后，又一次用科技之光，“唤醒”中国的蓝天。

全新Golf GTE基于GT家族的高性能传承，MQB模块化平台的轻量化技术，以及对电驱动技术的强大兼容性，在基因阶段就奠定了Golf GTE与生俱来的领先风范。大众Golf GTE将1.4TSI®汽油机与电动机各自的工况特性优点混合，促成204hp的最大输出功率，以及随传随到的350Nm扭矩。

在“GTE”模式下，全新Golf GTE从静止加速到100km/h只需短短7.6秒，最高时速可达202km/h。在“E-MODE”纯电动模式下，它又能获得多达50公里的无污染续航，最高时速130km/h。

拥有强劲加速性能的全新Golf GTE，把“高性能”与“低油耗”两个看似毫不相干的特性紧密联系在一起，在诞生之后，就一举成为欧洲市场最受追捧的环保运动车型。

此外，在时下热门的车联网领域，全新Golf GTE还装备了基于第二代MIB的Car-Net大众汽



大众进口汽车展台

大众进口汽车携16款车型亮相成都车展

## Golf GTE 再呈“科技蓝”



全新Golf GTE

车车联网系统，一块6.5英寸的电容触摸屏，具备多点触摸功能，能实现包括双指控制大小缩放、滑动等控制方式，带来更加人性化的用户体验，可以实现诸如远程锁车/开门/鸣笛/闪灯/停车定

位、汽车防盗监控、订阅车辆健康报告等便捷功能，还可以一键接通7×24小时客服中心，获得出行规划、车辆救援、医疗救援等一对一人工服务。

而在移动互联网方面，全新Golf

GTE的App Connect手机映射功能可以把智能手机上的应用程序映射到车载娱乐系统的屏幕上，兼容苹果安卓等智能手机，可无缝连接车载与手机系统，共享网络信号与各式APP，提供便捷高效的移动互联网服务。

## 以“群英”彰显不凡

本次车展，大众进口汽车展台群英荟萃，多款车型的同台演绎，彰显了该品牌的不凡实力——全新旗舰座驾辉腾2015版、甲壳虫及全新甲壳虫敞篷轿车、尚酷轿跑车、Golf旅行轿车、迈腾旅行轿车、途锐、Tiguan、up!、迈特威和California等重量级车型悉数到场，为消费者呈现了一场视觉盛宴。

具体来说，辉腾2015版在开发之初就以300km/h作为测试极限，集聚了大众集团8大轿车品牌的顶尖技术，凝聚了德黑斯勒500年手工艺的精髓；2015款甲壳虫则实现了经典与新潮的结合，不仅带来了更多新颖配置，还将其装配的选择权通过八大“虫组基因”定制流程完全交由买家，年轻乐观的气息自然扑面而来；被誉为“大众汽车有史以来最具动感”的双门轿跑车尚酷，堪称“表里如一”的运动轿跑之典范，其以俯冲态势的车身线条、战斗格调的运动内饰为表，以全独立悬架、高性能TSI®引擎为里，尽显速度与激情的完美结合……

除多款顶尖车型集结之外，大众进口汽车还特邀两位重量级嘉宾到场助阵——来自宝岛台湾的帅气男神邱泽，亲临舞台讲述大众进口汽车旗下作品不可替代的非凡魅力；独立设计师品牌MOODBOX掌门人秦旭则亲自奉上专为车展设计的新潮丽裳。

身处当今中国市场，当微增成为常态，车企唯有不断向前，才能立于不败之地。大众进口汽车正在以品质为基础、消费者需求为出发点，不断完善自身以应对市场的变化。

## 施尔天：多线作战“人和”为先

2015年，中国进口车市正遭遇前所未有的“滑铁卢”——相关数据显示，今年1月到7月，整个进口车汽车市场同比下滑近11%。

面对持续低迷的市场，大众进口汽车正在积极应对，关于具体措施和成效，笔者对大众进口汽车总经理施尔天进行了采访。



大众进口汽车总经理施尔天先生

问：面对增速放缓的进口车市场，大众进口汽车将如何与经销商共渡难关？

施尔天：前些年，中国市场一直快速发展，大约在一年多前开始出现增长回落。大众进口汽车进入中国已经超过十年，面对严峻的市场挑战，我们希望与经销商一同携手应对。首先，我们会积极帮助经销商维持健康的库存，实现顺畅运营和确保稳定的现金流；其次，我们推出了全新的经销商运营管理系统，以便更好地帮助经销商改善运营效率；再有，我们增加了对经销商支持的力量与速度，以期为其提供最大程度的支持。总之，我们会与经销商协力，

做到迅速反应、及时应对。

问：经销商运营管理系统推广情况如何？其目的为何？

施尔天：目前，我们为经销商提供的运营管理系统，已经在大众进口汽车的177个销售网点推广。我们推出这套运营管理系统，主要是希望与经销商实现更近距离、更频繁的沟通。同时，也可以通过这个系统更好地了解经销商的需求。

问：针对中国日渐热门的新能源市场，大众进口汽车有何规划？

施尔天：中国新能源汽车市场的发展速度是惊人的。数据显示，今年1~7月，中国新能源车销量达到去年同期的2.6倍，我们的新能源车战略与市场未来的发展方向保持一致。去年，我们在中国推出了纯电动车electric up!，今天发布的全新Golf GTE则是大众首款插电式混合动力车型。到2016年底，大众进口汽车计划在中国市场推出总计4款新能源车型。我们相信，随着中国充电设施的不完善，新能源车将会有越来越好的市场前景。

问：对今后的进口车市场，大众进口汽车做何判断？对自身前景的预期如何？

施尔天：过去几年，中国进口车整体销量大约是每年100万辆左右，未来基本会延续这种趋势。而随着各大品牌本土化的加深，具体前景实际还需要根据市场变化做进一步判断。目前，各个厂商在中国推出新产品的速度都在加快，而且应用了很多新技术，包括车联网等，这些技术都是推动市场快速发展的重要因素。对于中国车市而言，我相信第四季度会比前三季度的情况有所好转。 GG