



北京现代“五星”闪耀

北京现代是中国加入WTO以后批准成立的一个汽车领域合作项目。从谈判到签约,中韩双方仅用了6个月时间,这一速度令中国汽车界颇感震惊,“现代速度”的说法不脛而走。时至今日,在北京现代第二个“十年”的开端年份,北京现代即将迎来“五星”闪耀的辉煌时刻。

第一颗星,是北京现代将成为最快迈入年销百万的企业。年销破百万辆,是一家汽车企业成熟化与体系力全面提升的标志。从2002年12月正式投产,到2013年实现年销量破百万,北京现代仅用了11年,从而成为中国汽车业完成这一历程用时最短的企业。

第二颗星,是北京现代取得SSI第二佳绩。日前J.D. Power 2013年中国汽车销售满意度最新榜单公布,北京现代以714分的成绩,取得品牌力重要指标之一的SSI(销售满意度指数)第二的佳绩。

第三颗星,是北京现代将成为国内第3个单一品牌年销过百万的企业。2012年12月和今年1月,上海大众和一汽大众陆续宣布,其VW品牌2012年销量突破100万辆,成为国内前两家年销破百万的单一汽车品牌。

第四颗星,是北京现代稳居行业第4的年度销量。继2009年跃升行业第4名之后,2012年北京现代已是第3次年度排名行业第4。今年上半年,北京现代以51万的销量,稳居行业第四。2013年1-9月,北京现代累计销76.09万辆,同比增长28%。

第五颗星,是北京现代即将迎来其历史上第500万位车主。数据显示,从2002年12月至2013年9月,北京现代实现累计销售已达487.7万,距500万还差12.3万,也许不用到年底,北京现代就可以迈入“500万辆俱乐部”的行列。



年度风云汽车企业

北京现代

伴随着2013年年销百万辆的目标渐行渐近,北京现代也将迎来一系列里程碑式的辉煌,其“五星”荣誉正是北京现代近年来实力不断抬升的集中体现。北京现代之所以能实现这样璀璨的“五星”荣誉,得益于其品质战略、产品策略和品牌建设。

品质方面,北京现代“品质经营”的理念已经深入人心。生产环节的保障,是北京现代品质经营的基础,北京现代目前拥有三座先进的工厂,以去年投产的第三工厂为例,该工厂是现代汽车规模最大、技术最先进的海外生产基地,工厂所应用的技术、工艺和设备,不仅领先于现代全球的制造工厂,也将走在国际汽车制造领域的前列。北京现代品质战略的一个明证,是J.D.POWER去年公布的2012年IQS新车质量调查报告中,北京现代取得了91分的历史最佳成绩,行业排名第7位(非豪华品牌第3位)。

产品策略方面,北京现代坚持深

耕细分市场,并获得了丰厚回报。在A0级车、A级车、B级车和SUV四个容量最大、竞争最激烈的细分市场,北京现代均实现了组合式覆盖与市场份额领先。数据显示,在A0级车市场瑞纳长期占据前2位,今年上半年,在A级车市场,朗悦(朗动+悦动)组合排名第2,在B级车市场索八和SUV领域ix35均闯入前5位,实现“全面开花”。

同时,北京现代的产品策略还具有极强的延展性,具体体现在两方面:一方面通过产品更新换代夯实既有领地,一方面通过推出全新车型拓展新领地。夯实既有领地,例如在旧款途胜、第八代索纳塔的基础上,今年这两款车都推出了改款型,竞争力更强,显著刺激了市场需求;拓展全新领地,例如去年推出的全新胜达,便是北京现代首次对豪华都市SUV市场的探索。

品牌建设则是2013年北京现代的战略重心。今年1-9月,北京现代“D+S”(即中高级车和SUV)车型占总销量比

例高达41.8%,比去年提升近8个百分点,“D+S车型”占比是品牌提升的重要标志,它表明北京现代的产品结构已经明显改变,品牌形象也极大提升。北京现代品牌提升的另一个例证是,近年来北京现代新车的成功概率几乎是100%。从瑞纳到朗动,从第八代索纳塔到全新胜达,几乎是发布一款火爆一款,这也从侧面表明,北京现代的品牌形象已显著提升,继而带动了整体销售。客户口碑也是品牌建设的重要一环。最近一年来,北京现代在SSI(销售满意度)和CSI(售后满意度)方面取得了长足进步。根据J.D.POWER最新公布的2013中国汽车销售满意度榜单,北京现代以714分取得SSI第二的佳绩,较2012年上升了1个名次;在CSI方面,北京现代以877的高分,位列行业第4位。此外,在近日2013中国最佳客户联络中心与CRM评选活动,北京现代呼叫中心更是以专业、优质的服务水准一举获得“金音奖—2013中国最佳客户联络中心客户服务奖”。

驱动未来 缔造传奇

北京现代MISTRA名图掀起中高级车市新风暴

当浮华、躁动渐渐褪去,这个时代正在回归理性。越来越多的中国消费者更加倾向遵循适用、简约、理性的消费准则。作为中高级车市场的主力消费人群,他们对车型的选择同样有着自己的态度。理性内敛的他们,对车型外观、排量油耗、使用成本等有更实际的要求。他们的存在和诉求,使得中高级车在现有体系规模之外,延伸出了一个新兴的以“价值”为核心的细分市场。

MISTRA名图出击 力拓新兴价值市场

北京现代即将上市的全新一代中高级车MISTRA名图,正是这一新兴市场的全新开拓者。作为一款专为中国市场量身打造的中高级车,MISTRA名图设计上以现代汽车最新的“Storm Edge”(风暴前沿)理念贯穿,同时融入了现代汽车集团首席设计总监彼得·希瑞尔的全新设计理念,由外而内都体现着沉稳大方、舒适实用的设计思路。外观设计线条简洁鲜明,轮廓沉稳大方,非常符合消费者追求品质、风格简约内敛的主基调。2,770mm的超长轴距打造的宽大舒适的驾乘空间,高达526L的后备箱容积,则能够满足消费者多样性的需求。

MISTRA名图不但有内敛精致大气的外观,更有颗充满力量的心——装备的Nu发动机。该发动机具有动力技术成熟、稳定高效、低油耗、轻量化、高性能、超静音的优势。主打的1.8L和2.0L黄金排量,体现了MISTRA名图典型的适用主义,与原有中高级车多采用2.0L和2.4L动力系统相比,产品配备充分考虑消费者理性的需求。而且

动力的调校偏重舒适平顺,配合领先同级的多连杆独立后悬挂系统和6速自动变速器,保证了行驶中更高的舒适度和稳定性。

同时MISTRA名图在急速状态下拥有领先越级车型的超静音效果,这有赖于从设计、工艺、选材等方面的全方位支持。Nu发动机的超静音再配合全方位的动力驱动系统和进/排气系统的优化设计。内饰吸音材料的广泛应用,配合车身结构上的加强梁设计,增加刚性减小共振,以及孔隙密封来减少声音泄露。此外,全车流畅造型设计,风阻系数仅为0.28,流线型后视镜、发动机舱扰流板等设计,保证车辆在行驶中气流扰动降到最低。这些细节令MISTRA名图拥有极为出众的静音效果,其卓越的静音效果带来远超同级别车型的舒适驾乘感受。

带来简约、理性、低调之风的MISTRA名图,依然延续北京现代一贯的高配置特点,除ESP、ESS、侧气囊和侧气囊以及分轮显示胎压监测系统必不可少的安全配置外,更装备了宽大的全景天窗、电动助力柔性转向系统、前后排加厚座椅加热,驾驶席加厚座椅通风加热记忆等领先同级的高档配置,以及Blue Link车载信息处理系统、氙气大



灯、LED日间行车灯等越级配置。

品牌元年 北京现代谋新局

对北京现代来说,MISTRA名图是其在新年之初推出的又一款全新中高级车,它的上市不仅关乎北京现代中高端产品线的战略布局,对于提升企业品牌力也是意义重大。2013年是北京现代的品牌元年,品牌提升是未来新十年北京现代最核心的目标。因此,D+S占比(中高级车及SUV)已成为代表品牌力的一个重要量化指标。目前北京现代D+S车型占比37.3%,比去年提升了近四个点。北京现代的目标是今年年底实现40%的D+S比例,2015年达到50%,因此,

MISTRA名图在上市后承担着完善丰富D级车产品布局和扩大D级车市场份额的使命。

对于MISTRA名图的未来市场判断,除了对其主攻的新兴市场的判断和专为中国市场打造的强大产品力,北京现代的信心还来自于另一款中高级车第八代索纳塔的成功。凭借流体雕塑的前卫时尚外观设计和个人高端市场的准确定位,第八代索纳塔上市两年多来,已持续热销近22万辆,稳居排行榜前五,成为中高级轿车市场的新主流车型。第八代索纳塔的成功,很大程度上源自于北京现代在原有中高级车的竞争格局下,创新性地开辟了“个人高端”这一新的细分市场,以对消费者的诚意和尊重引领了市场潮流。

全新一代中高级车MISTRA

名图,再一次体现了北京现代对市场的理解和把握,以及对消费者日益丰富的个性化需求的努力探索。MISTRA名图上市后,将继续第八代索纳塔的成功,在中高级车“新兴价值市场”这个新的细分领域里为消费者创造更多的价值和空间。而北京现代将通过这两款中高级车,瞄准不同细分市场和客户群体,形成差异化的布局和集团作战能力,大大增强在中高级市场的竞争力。

从目前的市场表现看,北京现代在2013年突破百万销量已几无悬念。届时北京现代将成为继德国大众之后第二个年销破百万的单一品牌,并且拥有超过500万的用户。北京现代新十年将迎来一个良好的开端。MISTRA名图,必将成为北京现代2013年最浓墨重彩的一笔。