

齐鲁车展20周年巨献·对话车企高管②

刘智：“开宝马 坐宝马”定义新豪华



本期嘉宾：
刘智（宝马(中国)汽车贸易有限公司总裁）
对话人：
季静静

近日，宝马新7系在成都宣布上市。笔者第一次见到行业传奇人物——宝马(中国)汽车贸易有限公司总裁刘智。他铿锵有力地喊出“开宝马 坐宝马”的口号，吹响了宝马在豪华汽车细分市场领域新一轮产品攻势的号角。在与刘智的交谈中，笔者发现，今年在豪华细分市场产品攻势迅猛的宝马，在未来出行领域也早已多方面布局。

“开宝马 坐宝马”诠释豪华新定义

近日上市的新7系,各方面的提升也是让人惊艳,尤其是对豪华理念更深刻的理解和对科技的更贴心的运用,让人在充分享受“开宝马”的驾驶乐趣之外,也憧憬“坐宝马”的惬意舒适。无论是外观设计、内饰氛围,还是创新技术方面,新7系均充分考虑中国用户的偏好,在西方奢华理念传承中,融入更多的东方美学元素,让更多客户感受到“感之,念之,心所悦之”的豪华新定义。

2018年,BMW 7系近一半的销量来自中国,因此新BMW 7系在开

发和设计的过程中也将中国用户的需求置于首位,无论全新设计语言、内饰豪华氛围,还是创新技术方面,均充分考虑中国用户的偏好。刘智坦言,在中国,宝马7系的客户平均年龄只有38岁,因此为了吸引更年轻的客户群体,宝马不断推进自己全新的设计语言,新车前格栅表面积增加约40%,高度增加约50毫米,采用更加粗壮的镀铬饰条装饰。全新设计的修长大灯与尺寸更大的BMW双肾型进气格栅形成鲜明的对比,更富冲击力。消费者反馈如何

还需要市场检验,但新7系初亮相,巨大的双肾进气格栅就俘获了一批粉丝,有媒体称“震撼磅礴的双肾进气格栅尽显气宇轩昂,是送给国人的贴心礼物”。

此外,相较于其他国家的客户群体,中国消费者对高科技和数字化更为痴迷和依赖。因此,新BMW 7系的推出再次带来多项同级最佳的特色和功能,而这无疑正是BMW中国的客户群体所期待的。正如刘智博士所说:“不管是开车的,还是坐车的,7系都是他们最好的选择。”

功夫更在功外 收获在意料之中

作为曾经的学霸(23岁清华大学汽车工程系毕业),现在的职场传奇,刘智对产品销量有一个非常清醒的认识和判断。

2019年前4个月,中国乘用车市场销量下降了14.65%,在这样的大环境下,豪华车市场前4月累计销量实现了微增,同比增长2%多一点,而宝马前4个月累计销量同比增长12.1%,大幅度跑赢细分市场内,市场占有率明显提升。宝马(包含MINI)4月在中国销量为59169辆,销量同比上涨18.2%,在BBA阵营中排名第一,更将二线豪华品牌远远甩开。

功夫更在功外。面对这样的成绩,刘智十分冷静:“前几年宝马做了很多扎实的基础工作,包括品牌

建设、产品引进和经销商服务网络的完善,让我们在整个市场极具挑战的情况下,依然成功实现销量持续增长。”

这样的冷静一方面是职业素养,另一方面,笔者大胆判断:刘智及其团队对未来的市场及市场反馈早有预料。翻到2018年11月份刘智在接受媒体采访中的一段原话,似乎可以印证笔者的判断。

他在采访中提道:“我们初步判断,明年可能整体乘用车会持平,或者略微增长,但是整体豪华车市场应该会以双位数左右的速度在增长,我们对未来几年在我们所在的细分市场还是非常有信心。但是宝马强调的是个高质量、可持续的发展,所以大家可能

看到我们今年前10个月,同比去年销量增长了6%。这个数字不能说特别高,但是宝马一直保持着可持续和高质量增长的良好态势。”

今年,宝马前四个月的表现从销量和市场份额上一一对应了他去年的判断,那么今年下半年以及未来几年市场他又作何分析呢?

刘智表示,尽管中国车市可能还将持续下行,但非常看好豪华细分市场的需求潜力:“中国消费者升级换代的需求是刚需,而且可以预见的是,在未来若干年里,这个刚需都是存在的,我们在豪华车这个细分市场目前保持非常健康的增长态势,我们要做的就是把基础工作做好,争取在这个市场快速增长的时候超过市场的平均增幅。”

预见未来 不如创造未来

预见未来不如创造未来。豪华车市场自然十分重要,宝马今年的产品攻势也着实惊人,从上半年亮相的新3系、新7系、X7,再到下半年上场的8系、X3M和X4M等,“开宝马 坐宝马”的口号绝对底气十足。但宝马的布局远不止于此,目光更早早落到了更远处。

著名的相机品牌尼康,没有被索尼、佳能打败,却被做手机的诺基亚打到无力还手;零售界的神话大润发没有败给沃尔玛和家乐福,却被阿里巴巴收购……技术变革短时间内就能模糊行业界限,轻易渗透行业壁垒,甚至颠覆整个行业,弯道超车更是不时发生。

宝马作为汽车行业巨头,对于技术变革和运用一直保持着浓厚的兴趣和高度的探索精神,并一直致力于投资未来以及引领未来。刘智提到:“当2007年iPhone刚刚问世的时候,很多人没有办法接受一部没有物理按键的手机,而早在iPhone诞生的6年前,也就是2001年,第四代7系已经装备了世界上第一款多媒体操作系统iDrive,开启了人机

交互的科技革命,一个简单的旋钮就可以完成多达700项功能指令。”

不止于此,宝马在新能源汽车领域和未来出行领域也有先发优势。过去数十年间,宝马集团先后在氢动力汽车技术和电动汽车技术投入了大量精力。2011年,宝马汽车发布了旗下全新子品牌宝马i,这是宝马集团专门针对电动车设置的一个品牌,这在所有的世界主流汽车企业当中也属于独一份。此外,快速布局私人充电和公共充电服务,与此同时,在上海的虹桥机场和火车站也做了试点,提供预约停车充电服务,未来将推广至更多城市。在ACES方面,BMW把成都作为试点,推出了即时出行TM服务。

正如刘智所言:“汽车行业近几年,或者是未来三五年经历的变化,可能要比过去100年的变化都要大。但是创新流淌在宝马血液里,不管是在新产品、新技术的引进,还有在共享出行,包括豪华汽车出行生态系统打造上,宝马也愿意去尝试很多东西。”

未来,就在不久的将来,未来,

即将到来。相信很多宝马的客户和准客户都在期待,在未来出行领域,宝马有更多更出色的表现!

后记：

2019年作为宝马的豪华之年、运动之年、X之年,注定要在宝马发展史上留下浓墨重彩的一笔,在宝马大放光彩的这一年,作为中国机动车保有量全国排名第一的省份,山东迎来了齐鲁车展20周年。如同宝马在豪华车细分领域有着不可撼动的地位,在20年的深耕细作中,“买车就到齐鲁车展”的理念也深深扎根于山东消费者的心中。笔者告诉刘智博士,今年1-4月份宝马交付的22.7万辆产品中,就有成百上千辆宝马车是通过齐鲁车展与消费者结缘。为此,刘智博士也衷心表示,感谢齐鲁车展对于宝马以及经销商伙伴的支持,期待齐鲁车展未来在车展及相关领域的更多精彩表现。并祝愿齐鲁车展20生日快乐,大展宏图!

8.88万元起售 奇瑞全新一代瑞虎8上市



5月28日晚,奇瑞汽车旗下瑞虎SUV家族旗舰车型——全新一代瑞虎8于成都正式上市,新车共推出1.6TGDI+7DCT、1.5TCI+6DCT、1.5TCI+MT三种动力总成共10款车型,售价区间8.88万-15.59万元。全新一代瑞虎8搭载了奇瑞ACTECO 1.6TGDI发动机,百公里加速仅8.9秒,百公里综合油耗只需7.4L。全新一代瑞虎8搭载了同级独有的RICSCS远程主动式座舱自洁系统,“360°鸟瞰式全景超清倒车影像”、“手机无线充电”等多项智能驾驶辅助配置。奇瑞汽车党委书记、董事长尹同跃在发布会上表示,全新一代瑞虎8是奇瑞22年技术创新集大成之作,动力强劲的1.6TGDI发动机、领先的平台技术、融入AI基因的“雄狮智云”智能网联系统,L2级自动驾驶技术等技术,不仅是奇瑞的最高水平,也代表了国内汽车行业的最高水平。(杨美玲)

全新SWM斯威G01 F上市 售价9.59万-12.59万元



5月28日,全新SWM斯威G01 F在重庆上市,共推1.5T-6MT/6AT两种动力5款车型,售价9.59-12.59万元。

全新斯威G01 F搭载1.5T+6MT/6AT黄金动力总成,4670mm同级最长车身、2750mm同级最长轴距的越级空间,全系标配电动尾门、超大全景天窗、后排隐私玻璃等优异配置。全系标配ESP及ABS+EBD、TCS、HBA、HHC,同时搭载高清360°全景影像、后侧盲区监测、碰撞预警、车道偏离预警等智能安全配置。同日,SWM斯威G01新增两款优UP车型,售价8.99万-9.99万元。配置方面,新增外后视镜电加热、镂空式车顶行李架、PEPS无钥匙进入+一键启动系统、后倒车雷达等配置,驾乘智能享受再度升级。(杨美玲)

山东安华乔迁新址 扩大再升级



近日,东风悦达起亚山东安华4S店经十东路店(经十东路33558号)全新展厅正式启用。随着济南CBD的建设推进,为响应政府号召,工业南路山东安华4S店近日迎来搬迁的最后期限,以后到工业南路买起亚将成为历史,安华起亚经十东路店将以全新的面貌,全心服务泉城起亚车主。同时,为了方便车主就近维修保养,山东安华在工业南路32号特设起亚维修站,现已正式投入使用。自2005年成立以来,山东安华4S店曾获得全国十佳经销商、钻石专营店、全国优秀售后服务店等殊荣,“买起亚到安华”正是广大消费者对山东安华的最大认可,14年的风雨兼程也历练了一批敢于冲锋的安华人。全新安华,全心服务,安华人将以更加饱满的热情服务于广大车主。(张永森)