

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，让我们在整体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的。但是宝马强调的是一个高质量、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，再到下半年上市的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，就在不远的将来，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岁生日快乐，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3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)