

Autoweekly



奔驰紧凑型 SUV

齐集北京车展 全球豪华车“围猎”中国富豪

◎本报记者 吴琼

迅速扩张的中国富豪群,成为了全球豪华车企的“围猎”对象。

2008年北京国际汽车展上,豪华车云集E4馆、W4馆,其中不乏全球首发、亚洲首发车的靓丽身影。在接受记者采访时,众多顶级豪华车企的CEO一致认为,中国将有望成为其前五大市场之一。丰田汽车甚至将中国视为全球未来最大的豪华车消费市场。

尽管经过几年的发展,中国豪华车的市场份额不断扩大,由2003年的1.4%扩大到2007年2.5%,但与国际水平还有很大的差距。按国际惯例,豪华车约占一国汽车市场份额的8%。差距即是未来潜力之所在。按照国家统计局公布的2007年私人轿车保有量1522万辆计算,中国高档豪华车至少有约80万辆的市场发展潜力。

豪华车同台竞技

豪华车和顶级豪华车分居两馆:顶级豪华车驻足E4馆;豪华车驻足W4馆。宾利、世爵、法拉利、玛莎拉蒂、保时捷、劳斯莱斯、阿斯顿·马丁……几乎所有国际顶尖豪华车品牌云集E4馆,以超炫的展车证实其对中国市场的热情,也使E4馆成为参展者的必到之地。

售价2480万元、红黑相间的布加迪展台前围满了观众。而在法拉利的展台上,引入F1赛车技术的公路跑车430 Scuderia、中-前置发动机两座跑车599 GTB Fiorano、敞篷跑车F430 Spider引来众人目光。为了强调其全新One-to-One个性化定制项目,代表作法拉利612 Scaglietti更是首次在亚洲亮相。

宾利欧陆GTSpeed极速版(极速GT)则举行了中国首度发布仪式,以扩充其中国销售阵容。玛莎拉蒂GT S跑车在亚洲首发也谋杀了不少“菲林”。今年3月刚在日内瓦车展亮相的玛莎拉蒂GT S跑车,一个月后就开始了其亚洲之旅,足以证明玛莎拉蒂对中国市场的重视。玛莎拉蒂全球CEO罗伯特·隆奇甚至现场当起了解说员。

在W4馆扎堆的多为产量较大、价格在100万元以下的豪华车,从凯迪拉克、奔驰、宝马、英飞尼迪到克莱斯勒,均列阵出席,每一个展台的面积也明显大于顶级豪华车。奔驰甚至摆出了仅次于法兰克福车展的阵容:30多款全家族车型齐齐亮相,其中包括全球首发重量级车型奔驰GLK、两款亚洲首发车型及六款中国首发车型;戴姆勒股份公司董事长兼首席执行官、梅赛德斯汽车集团总裁蔡澈博士和三名公司董事成员、梅赛德斯-奔驰全球总设计师等众多德国高层齐齐亮相。

据了解,奔驰为全球化展示,耗资巨大:其展台设计沿用此前全球的模式,展台材料亦来自原全球展示时的国外材料,搭建展台亦来自国外;单是运输费用就相当可观。

与E4馆顶级豪华车战略不同,W4馆的豪华车们将一部分注意力转向国产前的预热。在5款smart车亮相后,蔡澈表示,2009年年中,将在中国市场投放原汁原味的双人座驾smart fortwo。

大订单屡见不鲜

奔驰在北京车展上的架势,足以证明其将中国视为仅次于本土之外最重要的市场。是什么令豪华车企们如此趋之若鹜地奔向中国参展呢?是什么令他们将北京车展放在如此重要的位置呢?

北京车展上豪华车销售佳绩或可管窥一二。2480万元的布加迪在两小时内即被订走;约800万元的劳斯莱斯加长幻影也被订购;法拉利展台前也有不少洽谈购车者……

其实,自2003年以来,北京车展、上海车展上屡传豪华车被当场买走的消息:2003年上海车展上,1200万元的宾利展车被订购;2004年北京车展,两辆售价约500万元的迈巴赫被买走;2005年上海车展前夕,

1200万元的玛莎拉蒂MC12跑车被人买下;2005年上海车展上,价值近1000万元的全球特别纪念版“劳斯莱斯亮相4小时后被一房产老板购得;2007年上海车展上,售价388万元的宾利被订购,500余万元的蓝博基尼售出;售价150万欧元的法拉利FXK观者如云,3位有强烈购车意向的观众当场留下联络资料……

庞大的豪华车消费力从何而来?在接受上海证券报采访时,胡润百富出版人暨中国大陆百富榜创始人胡润指出:中国崛起的新贵族一代将成为豪华商品的消费最大消费群。据统计,中国大陆有50万人的资产超过1000万元。

2007年胡润百富所采用的“富豪消费价格指数”调查显示:以2007年10月1日资产统计,中国大陆有50万人的个人资产在1000万元以上;15万人的个人资产超过3800万元;3.5万人的资产超过1亿;2000人的资产超过10亿元;50人的资产达到100亿元。胡润指出,资产过千万元的人有民营企业、职业经理人。通常如果前几年购买了一处房产,金顶阶层的资产也在千万元以上。

正是为这一庞大的富豪群所吸引,豪华车企们才纷纷涌向中国。

在对660位资产过千万元的富豪调查后,胡润发现:导致中国富豪增多的原因主要源于生意、股权和房产。这些富豪中,三成左右炒股票,四成以上拥有三套以上房产;资产在3800万元以上的富豪们最喜欢的商务车是奔驰S500加长版(售价170余万元),最喜欢的自驾车是宝马z4 3.0si(售价约65万元)。

不过,由于年龄不同,中国富豪的消费习性也有很大差别。第一代企业家个人消费较少,他们大多数时间用于工作,他们买的车多数在50万元左右。这可能与他们上大学时没多少消费有关。”胡润指出,而他们的子女(第二代企业家)则呈现完全不同的风格,有更多的时间去享受和消费。可能是因为第二代企业家大学时代有一定时间去了解豪华品并切实去选择。他们买的车多在100万元以上。”

年轻化正成为中国新贵们的特征之一。在北京车展上,法拉利全球CEO费立萨告诉记者,法拉利在中国保有量为500台左右,65%以上的车是在40岁以下,20%的车主年龄在30岁左右。”年龄越轻的富豪更偏向于追求速度、操控性更强的跑车、SUV。

财富来源不同,购买的车也有很大不同。罗兰贝格管理咨询公司高级合伙人郑豫指出,职业经理人较多购买保时捷卡宴、路虎等达到60万元至80万元的车。”

此外,富豪们购买豪华车的理由也各有不同:一是如法拉利所说的“我们提供的是一种梦想”,因此追求极速的人奔向了法拉利;二是视豪华车为身份的象征,因此很多人将目光瞄向了奔驰、宝马、保时捷,豪华车因此也与EMBA、高尔夫一样,成为富豪们必须的拥有品。

豪华车企们也乐于看到这种现象,并开始建立这类俱乐部,让其拥有者们聚会、沟通,并借此建立其品牌的忠诚度。法拉利全球CEO费立萨表示,鉴于我们在中国的车主的质量,且保有量已经到了一个成熟阶段,所以我们将成立法拉利车主中国俱乐部。”

但财富高低和所购买的车价并不具有完全对应的关系。胡润亦指出,其实对于身价1亿元以上的富豪来说,汽车对于他们的意义较少,因为他们已经过了以汽车代表身份的阶段。很多人可能有了10辆、20辆车了,他们买某一款车可能更多因为其满足了某种感性诉求。”

北京国际汽车展成为了豪华车的乐园,亚洲首发、全球首发车频频亮相:数次缺席国际车展的奥迪全新高档中型(SUV)Q5全球首发;梅赛德斯-奔驰GLK全球首发;顶级豪华车玛莎拉蒂最新款跑车GTS亚洲首发……

在此次北京车展上,豪华车云集的E4馆成了最热闹之处,也成了最佳销售场所——2480万元的布加迪在开展两小时即被订购;800余万元的加长版劳斯莱斯幻影也开出了中国买单,豪华车法拉利、玛莎拉蒂也纷纷传洽购的消息……

在各大豪华车热衷于中国首发和天价豪华车迅速售出的背后,可以隐约看到一个蓬勃兴起的豪华车市场,而支撑这个市场的是正在壮大的中国富豪们。在胡润百富出版人暨中国大陆百富榜创始人胡润看来,“中国个人资产超过1000万元的有50万人。”豪华车企们更相信:按照中国经济的发展速度,资产上千万万元的中国新贵们还将不断增长,未来中国将成为全球最大的豪华车消费市场。



法拉利 612 Scaglietti



梅赛德斯-奔驰总裁蔡澈:
奔驰非常看重北京车展

在中国表现不及奥迪和宝马的奔驰,此次押下重注。北京车展上,梅赛德斯-奔驰携旗下奔驰品牌、迈巴赫品牌、Smart品牌等33款车型参加展出。其中奔驰全新的量产版GLK全球首发,这也是高傲的德国此前从未做过的。此外,奔驰SLK PASSION 08首次亮相中国、奔驰跑车SL 500亚洲首发。

梅赛德斯-奔驰总裁蔡澈表示,奔驰将北京车展定位于除法兰克福车展外的全球第二大车展。”对于奔驰国产初期的销售低迷,蔡澈称早在预料之中。尽管迟到的奔驰表现不及奥迪和宝马,但近年来增长势头很猛,其中国销量增长速度为中国乘用车市场总体平均增速的两倍左右。据悉,2008年一季度,戴姆勒第一季度的乘用车销量增幅约为20%。戴姆勒公司驻北京发言人特雷弗·黑尔称,预计销售将保持强劲,并拟提高在华合资企业的产量;目前在华年产量为25000辆。未来几年,奔驰计划国产车数量与进口车持平。



玛莎拉蒂全球CEO 罗伯特·隆奇:
中国将成前三大市场之一

经济快速发展的中国成了豪华车企追逐的热土。玛莎拉蒂全球CEO罗伯特·隆奇表示,2007年,中国成为玛莎拉蒂全球第八大市场。从今年第一个季度的表现来看,中国将跃居我们的第七大市场。根据这一系列的表现,我相信中国会成为玛莎拉蒂的前三大市场之一。

据悉,2007年,玛莎拉蒂创收6.94亿欧元,同比增长33.7%;营业利润为2400万欧元(约为收入的3.5%),与2006年营业亏损3300万欧元相比,利润额显著提高。在全球59个国家和地区建立了由272家经销商组成的经销网络后,玛莎拉蒂2007年共向客户交车7353辆,同比增长33.3%。美国是玛莎拉蒂最大的销售市场,2007年销量约达2600辆;2007年,玛莎拉蒂共向中国客户交车210辆,同比增长80%。

玛莎拉蒂在中国大获成功后,加快了向中国引进新车的速度。一年前,玛莎拉蒂GT跑车在上海车展亮相;北京国际汽车展成了玛莎拉蒂GT S跑车的亚洲首发场。该车百公里加速时间仅为4.9秒,最大车速可达每小时295公里,是玛莎拉蒂所有车型中速度最快的一款。



保时捷执行副总裁贝宁:
中国对保时捷很重要

在中国热销的保时捷在北京车展上推出了其新产品Cayenne Turbo S。这也是保时捷第一次在亚洲举行全球首发仪式。

据悉,Cayenne Turbo S是卡宴家族中动力最为强劲的车型,带有双涡轮增压强制进气的4.8升V8发动机驱动,功率可达404kW;百公里加速仅需4.8秒,最高车速为280km/h。保时捷德国总部负责销售与市场的执行副总裁贝宁先生表示:选择北京作为本次新车发布地点,表明了中国市场对于全球保时捷的重要性。”保时捷中国-捷成(中国)汽车销售有限公司董事总经理柏涵慕先生表示:“毕竟是我们在中国推出的最重要的车系,而新款卡宴Turbo S将扩充高端运动型多功能车细分市场的实力。”据悉,卡宴Turbo S年内将上市,预计售价为181.16万元。

目前,中国已成为保时捷全球重要市场之一,中国市场销量占保时捷全球销量的4%以上。2007年,保时捷在中国大陆销量达4179辆,同比增长近一倍,其中跑车销量增长73.33%,共计售出650台。经典911系列销量占所售跑车总量的51%。

(本报记者 吴琼)



玛莎拉蒂 GRANTURISMO S