

通用战略调整迫使欧宝在华“闪退”

欧宝汽车今天之败,从根本上说,并不是市场之故,而是通用汽车全球战略布局失误之过

■ 本报记者 谢育辰

欧宝汽车继去年退出澳大利亚市场之后,在华经过 20 年的发展,最终也选择了退出。3 月 28 日,欧宝汽车发布公告称,“出于欧宝总部的战略考虑,欧宝决定逐步缩减其在华经销商网络并于 2015 年 1 月之前停止在中国的销售”。此举意味着欧宝在华复兴宣告失败。

通用集团再次做出了战略调整,决定欧宝品牌在华让路别克,同时在雪佛兰退出欧洲之际,把欧宝复兴计划聚焦在了欧洲。

在华走入绝境

虽然欧宝品牌在中国汽车市场一直业绩不佳,但是突然宣布退出中国市场还是引起业内一片哗然。

通用中国相关负责人对《中国企业报》记者表示:“欧宝退出中国市场是由于其作为一个小众品牌与近 100 个品牌在中国这个高度竞争的市场同场角逐,而欧宝在中国市场的保有量非常有限。在中国市场,纯进口品牌生存艰难,需要靠本地生产来实现数量上的增长,从而成为一个主流品牌。”

对此,汽车专家张志勇认为,欧宝发展之所以受挫并不是欧宝产品竞争力不足,而是为通用嫡系品牌别克让道。相关数据显示,2013 年欧宝在中国市场总共售出了 4365 辆,而使用了欧宝技术和平台的别克在华达到 81 万辆。销售网络别克拥有 650 家经销商,近欧宝的 30 倍。

五年前上市的新君威和欧宝 insignia 就出自同一个技术底盘平台,后来的新君越、英朗车型的技术也来自欧宝品牌。在萨博被剥离通用集团之后,通用并没有重用随后进入中国的欧宝,而是把重点放在了雪佛兰和别克上,高端品牌则选择了凯迪拉克。欧宝国产化更是暗无天日,最终在华逐渐被边缘化。

欧宝汽车 CEO 倪凯铭就表示,“别克是中国市场的领军品牌之一,欧宝与别克共同开发了数款车型,未



来我们计划深化与别克品牌的协作,目前有数个项目正在酝酿之中”。此举也预示着欧宝在华只能成为别克“嫁衣”的命运。

经销商遭遇窘境

虽然欧宝在华的日子举步维艰,但是迄今为止,欧宝在中国依然有 20 家 4S 店、2 家独立销售中心以及 27 家授权售后服务中心。

据多家经销商反馈,退出的消息宣布之前没有任何征兆,当天就在大家从全国各地赶来上海参加欧宝经销商年会的时候,才突然被告知欧宝退出中国的决定,同时在其官网上发布了 200 余字的《欧宝中国重要通告》。

消息一传开,除了震惊之外,经销商的处境也变得空前的被动。以欧宝亚洲最大旗舰店在湖南长沙德宝欧宝 4S 店为例,单店花费巨资打造,经过三年的努力终于积攒了一些口碑,就在去年还在营销上投入了 400 万元的营销费用。突然得知此消息之后,其相关负责人也无奈地表示,“除

了震惊之外,店里的销量肯定会受影响,我们只能凭借这几年积攒的口碑卖车,店里也独自发布了声明,保证后续服务,但至于未来会怎么样,我们还没有来得及考虑”。

通用中国针对此事对《中国企业报》记者回应:“我们已经告知了经销商和售后服务中心相关的决定,同时我们将与他们进行单独的紧密协作,最大程度减少由此产生的影响。我们将致力于寻求途径帮助经销商消化库存。我们相信,经销商在 2014 年有足够的时间完成此事。”

然而,经销商表示各店都在着手清理库存,但是截止到目前并没有收到欧宝汽车的任何安抚政策。对消费者而言,虽然欧宝承诺客户可以继续享受维修和保养等服务,但是在经销商全部退出之后,售后成为了未知数。

再度押宝欧洲市场

“在华闪退”虽然是欧宝总部的决定,但是实则通用汽车才是真正的掌舵手。记者在通用回复的采访邮件中得知,鉴于欧宝在华受阻,但在竞

争激烈的欧洲市场却售出超过 106 万辆,使该品牌在过去的 14 年间首次实现市场份额增长,总部已经决定将资源集中在其最大的欧洲市场。

虽然市场份额有了首次提升,但是数据显示,欧宝汽车 2013 年依然亏损 8.44 亿欧元,2012 年亏损 19 亿欧元,从 1999 年以来欧宝累计亏损超过 180 亿欧元。

为了帮助欧宝扭亏为盈,通用汽车表示,总部已经制定了新领导团队和名为“DRIVE!2022”的十年计划,到 2016 年底,欧宝会推出 23 款新车和 3 大全新发动机家族所囊括的 13 款新发动机。在这过程中,欧宝将进入它未曾涉足的细分市场。倪凯铭也表示,力争 2016 年扭亏,计划到 2022 年让欧宝成为欧洲销量第二的品牌。

然而,对于欧宝押宝欧洲,张志勇表示并不乐观。“欧宝汽车今天之败,从根本上说,并不是市场之故,而是通用汽车全球战略布局失误之过,如果通用汽车不彻底改变欧宝的全球市场定位,欧宝品牌仍将陷于泥潭而不能自拔”。

民营物流企业攻坚“机场关” 华南空陆联运项目首现突破

■ 本报记者 宋笛

近日,广东省机场集团有限公司与广州穗佳物流有限公司签署《穗佳华南空陆联运集散枢纽运营和发展协议》,计划在广州白云机场建设华南空陆联运集散枢纽项目。

与以往航空公司和物流公司间浅尝辄止的运输合作不同的是,此次的合作项目将达成从前期投资到项目运营阶段,物流企业与机场集团更深层次的合作。

项目总金额 10 亿元 协商周期长达一年

穗佳物流该项目的工作人员谢女士告诉记者,此次的合作项目是 3 月 28 日在广州白云国际会议中心的“新广州、新商机”2014 年重大项目招商推介会上正式与广东省机场管理集团签约的。为了达成这一合作项目,公司做了长达一年的准备,与广东白云机场就合作方式、投资比例、运营形式等多个方面进行了长期的协商。

双方最终商定的结果是:整个项目总签约金额为 10 亿元,建设规模和内容包包括:建设分拨中心、仓储库房、办公楼及呼叫中心等配套建筑。由穗佳物流公司在白云机场投资建设南天门物流港,打造华南空陆联运集散枢纽。

记者在采访中了解到,华南空陆联运枢纽在承担普通的物流运输任务外,还有可能吸引电商企业进驻,力争打造一个具有网上订舱、网上交易、网上查询、运输方案咨询、个性化服务、仓储管理、电子支付、代理商管理等多功能的一体化空陆电子商务平台,同时完善分拨转运、仓储配送、交易展示、加工、信息服务、研发设计等功能,促进公路口岸与航空口岸联动发展。

首次深度合作达成

对于中国诸多民营物流企业来说,与航空公司、机场集团的合作是一件困难却又不得不进行的事情。

国内一家大型物流企业的空运部门负责人告诉记者,在现在大型的物流企业中,航空运输已经占据了相当重要的地位,特别是在快递行业,更是主要的运输手段,但目前航空业对物流企业的准入壁垒依然没有打破,物流企业只能采用简单的包机形式进行运输。机场虽然拥有巨量的货物流量,但机场集团往往都有自营的物流公司,民营物流企业也只能“望货兴叹。”

而记者在穗佳物流了解到,该公司在 2009 年时,就开始尝试与机场集团进行合作。2009 年穗佳物流与珠海机场进行货运合作,全权代理珠海机场的所有货运,并借助珠海机场的地理优势,将粤西的货流引向珠海。在此之后,穗佳又与郑州机场合作,进行包机货运运输合作。

“机场集团拥有丰富的货运流量,而且与机场合作往往能达成与航空公司的进一步合作,与机场集团合作能给物流企业带来更大的发展空间。”穗佳物流的工作人员告诉记者。

记者在采访中了解到,与以往的合作方式不同的是,此次的合作项目不仅仅是简单的货流承运或者包机运输,而是从前期投入、项目建设到项目运营进行全方位的合作。虽然这次的合作没有牵涉到股权层面,但仍然是国内民营物流企业与机场集团合作程度最密切的一次。

机场货运能力、资金见短

2013 年,白云机场的地面运输业务收入达到了 39395 万元,而这些钱对白云机场来说亏赚的并不容易。

相关人士告诉记者,目前广州白云机场的货邮吞吐量已经达到 130.97 万吨,而机场的货邮处理量在 2013 年经过机场大力提升后也只有到 52 万吨,两者仍存在一定的差距,在处理货物运输上,机场仍然存在很大的压力。

记者在采访中也了解到,白云机场也曾入股广州白云国际物流有限公司,持有 29% 的股份。但广州白云国际物流有限公司的业务中心更侧重保税业务和货站业务,具体的物流运输业务并不是公司的工作重点,因此双方并未就机场货运吞吐转运方面进行更深层次的合作项目。

在白云机场公司 2013 年年报中,记者也看到了“截至 2013 年 12 月 31 日,广州白云国际物流有限公司因经营亏损,账面投资按权益法核算为零”的表述。

机场方面这次与物流企业合作,也正是在这种货物吞吐量快速上涨,而机场的货运周转能力和资本投入方面捉襟见肘的局面下的最好选择。

广州机场管理集团的相关负责人在接受采访时曾表示,引入具有优势的民营企业共同发展物流业,一方面,可发挥民企的敏锐市场嗅觉和先进灵活的管理运营优势;另一方面,可减轻广东省机场集团在发展物流业方面的投融资压力,有利于降低运营风险,取得稳健收益。

阿里手游平台遭遇冷场 高分成模式被指“空头支票”

(上接第七版)

以《索尼克冲刺》为例,乐逗游戏通过对阿里平台和用户的研究,尝试在该游戏中植入了 1 亿集分宝,玩家通过游戏获取后可直接用于淘宝、天猫商城等网站抵现金消费,将游戏直接与阿里电商生态打通,增加了用户的黏性和消费意识。

高分成模式暗藏门槛

即使从平台竞争的角度来讲,阿

里有数亿用户以及诱人的分成政策,理论上应该在开发者当中取得一呼百应的效果。实践却证明,这套看似天衣无缝的系统存在漏洞,因为并不是有了流量、有了高分成就能保证有用户付费和开发者的高收益。

“阿里试图用较高的收益分成来吸引开发者,对于一个刚刚上线、能不能取得营收、能获得多少收入都难说的新品而言,一定程度上成了支票,兑现的前提是产品必须足够好、吸引到

足够的付费用户。”北京一家手游开发商负责人说。

张晨还指出,阿里的流量是手游平台中数一数二的,背靠淘宝网 4 亿多用户以及手机淘宝数千万活跃用户。但是对于一款游戏来说,1000 万流量的平台和一个亿流量的平台没太大区别,因为它的需求通常也就那么几百万。

实际上,《疯狂的玩具》遭遇冷场也证明阿里试图单纯依靠流量捧红手游的做法并不可行。据悉,这款游戏开

发者在业内并不出名,产品在其它平台也表现平平,但是阿里却给予绝对好位置予以推广,最终也未能将其“扶上墙”。

“大平台单纯地给流量、给位置是不行的。因为手游不同于端游,通常是几个人的小团队,在市场推广方面没有人力、时间,需要渠道能提供包括市场调研、客服、售后在内的系列服务以帮助改进产品,产品完善之后才能吸引用户,进而实现分成。”张晨说。

全 国 企 业 信 用 等 级 评 价 企 业 展 示		全 国 纺 织 行 业 白 名 单 资 质 企 业 展 示		全国首批符合《铸造行业准入条件》企业展示			
利郎（中国）有限公司 利郎集团，由王氏三兄弟——王冬星、王良星、王聪星始创于 1987 年，于国内首倡“商务休闲”男装概念，经过 20 多年探索，已发展成为集设计、产品开发、生产、营销于一体的中国商务男装领军品牌，并于 2007 年及 2008 年连续两年被《福布斯》评为“中国最具潜力之中小企业”之一。 “简约而不简单”，是利郎的设计哲学，也是利郎二十多年来精心诠释和演绎的核心价值。2008 年，利郎重塑品牌标识 LILANG 为 LILANZ，新 LOGO 设计更显简约、大气、国际化，以此全新锐变为基点，利郎开启品牌国际化战略。2009 年，利郎作为内地首家男装品牌在香港成功上市，正式登陆国际资本市场，拉开中国男装品牌资本升级的大幕。借上市东风，利郎闪电开辟第二战场 L2，抢占中档商务休闲男装巨大市场，推行多品牌运作，培育新增长点。未来，利郎将力促公司管理、营销渠道、品牌战略等全面升级，广泛参与各大服装赛事合作，参展更多世界顶级服装展，加强国际服装界的话语权，以此华丽转身成就“简约哲学”的大家风范，林立世界时装之苑。 地址：福建省晋江长兴路 200 号利郎工业园 电话：0595-85692277 邮编：362200		江苏新合作常客隆连锁超市有限公司 地址：江苏省常熟市海虞北路 27 号 电话：0512-52824767 邮编：215500 山东东方新兴厨房设备有限责任公司 地址：山东省滨州市博兴县曹王工业园 电话：0543-2850238 邮编：256509 深圳市联创佳电子有限公司 地址：广东深圳龙岗区坂田街道坂田社区天安路 35 号 B 栋 201、301 电话：0755-28348818 邮编：518100 武汉市精艺装饰工程有限公司 地址：湖北省武汉市江汉区发展大道 222 号华南国际广场 A 座 28 楼 电话：027-85768686 邮编：430020 全国首批符合建筑防水卷材行业准入条件生产线企业 岳阳汇源建材有限公司 地址：湖南省岳阳市汨罗市红花乡 电话：0731-84768736 邮编：410000		福建省向兴纺织科技有限公司 向兴（中国）集团有限公司成立于 1992 年，是集纺织科技、面料研发、织造印染、特种整理及商业贸易于一体的大型企业集团。引进日本、中国台湾、德国等地节能、环保连续式退浆机、经轴机、染色机等国际一流设备，是向兴产业链延伸及转型升级的里程碑。公司先后荣获中国纺织服装企业竞争力 500 强、中国长丝织造十强企业等称号。自 2003 年起至今，连续多年入围“中国流行面料”，系列产品被评为“消费者信得过产品”，并荣获“中国驰名商标”等称号。 地址：福建晋江经济开发区（安东园） 电话：0595-85521000 邮编：362270 上海题桥纺织染纱有限公司 地址：上海市闵行区浦江镇立跃路 519 号 电话：021-64292434 邮编：101114 江阴兴吴呢绒科技有限公司 地址：江苏省江阴市长泾镇兴园路 86 号 电话：0510-86003263 邮编：214411		宁波市北仑华盛模具厂 地址：浙江省宁波市北仑区大矸街道汇鑫路 17 号 电话：0574-26861618 邮编：315806 山东汇金股份有限公司 地址：山东省莱芜市莱城区口镇 电话：0634-6650339 邮编：271114 重庆捷力轮毂制造有限公司 地址：重庆市垫江县朝阳工业园 电话：023-74692799 邮编：408300 中国中小企业首选服务商 浙江网新恩普软件有限公司 地址：浙江杭州市华星路 96 号瑞利大厦 7 楼 电话：0571-88861979 邮编：310012 全国有色金属行业劳动模范 山西金星镁业有限公司 地址：山西省运城市人民北路 147 号环球财富大厦 电话：0359-2255206 邮编：044000	