



跨国聚焦

奔驰一季度销量闹心 CEO怒斥中国经销商

相较于奥迪、宝马,同为德系“豪华三马车”的奔驰近来日子不太好过。今年一季度,奥迪、宝马在华销量分别为10.2万辆和8.06万辆,增速分别为11.4%和7.4%,而奔驰仅销售4.54万辆,同比下滑11.5%。而就在去年年底,为提高销量,奔驰刚刚与北汽集团合资成立了北京奔驰销售公司,不料,今年一季度的销售成绩不增反降。

所谓新官上任三把火,看到如此“难堪”的数据,北京奔驰销售公司刚刚上任的CEO倪恺勃然大怒,在亲笔信中怒斥经销商“懒惰”、“不作为”,表示“你们的懒惰和不作为给奔驰带来极大的困扰”,“在未来,任何一家没有达到奔驰销售指标的经销商,都将面临严重的后果,不论过去我们的合作关系有多么良好”。

在汽车行业分析师张志勇看来,与其斥责中国经销商不作为,奔驰不如静下心来反思自己“德国式”傲慢的态度。

另据相关人士向记者透露,在进口车与国产车的销售价格上,北汽与戴姆勒奔驰仍存在利益冲突,其中的“恶性竞争”需要逐步消除。在上述人士看来,厂商与经销商的“内斗”或许是奔驰销量持续低迷的主要原因。

新销售公司或存“内斗”

事实上,与奥迪、宝马在中国赚得盆满钵满不

同的是,奔驰似乎始终与中国市场保持距离。2012年全年,奔驰品牌在中国大陆市场销量为19.62万辆,同比仅增长1.5%,而奥迪、宝马分别销售40.58万辆和30.32万辆,同比分别增长29.6%和39.7%。

“与奥迪、宝马相比,奔驰打开中国市场的进度显然慢了一拍,从现有的车型来看,奥迪、宝马国产车的比例明显高于奔驰,这其中最主要的原因是其与中国经销商的合作关系‘紧张’。”张志勇告诉记者,“这里也包含历史原因,与奥迪、宝马的销售模式不同,奔驰最早打入中国的时候把经销权几乎全权包给利星行,同时利星行又是奔驰中国的大股东,这里面存在着复杂的利益斗争。”

“直到去年,利星行所持奔驰中国股权的稀释,及北京奔驰新销售公司的建立,才使得奔驰的营销渠道整合告一段落,而这一过程持续了2年至3年之久。”张志勇解释说。

据悉,利星行和奔驰中国曾签订了长达8年的“保护协议”,这一协议至2010年12月31日到期。在这8年“保护期”内,利星行作为奔驰中国的主要股东及奔驰中国旗下最大的经销商集团,在包括华东地区在内的众多地区划定了“势力范围”,这些地区的大部分经销商由利星行参股或独资设立。

2012年7月份,奔驰中国宣布调整股权结构,戴姆勒所持有的奔驰中国股份由51%增至75%,利星行的股份则由49%减持至25%。在去年新销售公



司成立时,戴姆勒和北汽各占50%,利星行被迫出局,未占任何股份,但即便如此,利星行依旧是奔驰最大的经销商集团。

然而,刚刚成立的销售公司显然需要“磨合期”。“奔驰拥有北汽薄弱的核心技术,而北汽则能帮助奔驰加速国产化步伐,因此两者结合的初衷是好的。”中投顾问高级研究员李宇恒说,“不过,奔驰和北汽在技术研发、经销策略方面都存在一定差异,需要一段时间的磨合才能达到合作无间。”

2015年销售30万辆“有点难”

事实上,除了与德系豪华车竞争外,随着捷豹路虎、凯迪拉克、英菲尼迪等纷纷宣布“国产化”,奔驰在中国市场上的竞争对手越来越多。

此外,中国政府出台了各项政策主导厉行节约,尤其是对公务车采购以及军队在豪华车挂牌方面的新规,都使得豪华车这一奢侈品销量在2012年

增速明显放缓。日前,根据中国进口汽车贸易有限公司的统计显示,今年一季度,超豪华车细分市场遭遇“滑铁卢”,同比下滑35.19%。

在李宇恒看来,奔驰在中国面临的压力来自三个方面:“一是市场环境恶化、需求萎缩;二是宝马、奥迪与奔驰的三国争霸挤压了奔驰的市场空间,而路虎、捷豹等诸多品牌加速抢占中国市场则使竞争更为激烈;三是中国消费者开始逐步回归理性,更加注重个性化的需要。”

在此情况下,奔驰仍高调宣布,在2015年,奔驰在中国市场的销量将达到30万辆,其中约三分之二的汽车由中国本土制造,且主要生产奔驰紧凑型车;2020年,奔驰要成为全球第一大豪华车生产商,旗下两大品牌销量达到260万辆。业内人士认为,2012年,奔驰在华只销售了不到20万辆,同比增幅为1.5%,要完成5年增长50%的目标,压力有点大。

(陈妍妍)

灰色记录

高露洁等6种美白牙膏被曝含漂白剂

近日,中华、高露洁、黑妹、佳洁士、黑人、立白等6个品牌的美白牙膏被曝含有漂白剂,长期使用有健康隐患。此消息不仅使美白牙膏开始受到质疑,其他功能牙膏的安全性也备受关注。

这次曝光的牙膏含有漂白剂,是广西一家媒体通过实验得出的结论。他们采购了中华、高露洁、黑妹、佳洁士、黑人、立白等6个品牌的美白牙膏进行试验,结果显示,6种牙膏均能使用碘溶液、稀硫酸和淀粉调制而成的测试剂褪色,由此得出牙膏中或多或少含有漂白剂成分,并推断漂白物质是一种亚硫酸盐或者类似物质。

记者对比发现,中华、高露洁等品牌的美白牙膏有不少相同成分,包括水、水合硅石、月桂醇硫酸酯钠、珍珠粉、二氧化硅、碳酸钙、过氧化氢等,并没有看到广西媒体分析的亚硫酸盐及

类似物质。

日前,中国口腔清洁护理用品工业协会称,已做试验对此事进行澄清。试验主持者、中国化学会理事吉宁教授表示,牙膏的活性成分有500多种,有些物质具有还原性特点,与碘反应会发生褪色现象,但“并不能得出牙膏中一定含有漂白剂的结论”。

立白集团对此作出回应,称已委托广州市质检机构作为第三方检测机构进行检测,目前还在等待检测结果。

口腔专家表示,刷牙主要是通过牙刷与牙齿之间的摩擦来达到清洁的效果,至于牙膏商家各种各样的美白宣传,都有夸张之嫌。就算真含有一些美白成分,牙膏停留在牙齿表面的时间也很短,美白作用有限。

(郭彩萍)

欧舒丹承认原料白陶土含铅 已全球下架

在国家质量监督检验检疫总局新公布的不合格产品榜单上,法国知名护肤品牌欧舒丹的杏仁紧肤磨砂膏赫然在列。近日,欧舒丹方面发表声明,否认曾在产品中加入铅,并强调铅自然存在于白陶土(该产品成分之一)之中,而“问题”磨砂膏是其仅有的使用白陶土的产品,且符合美国和欧盟的法定要求,现已全球下架。

欧舒丹方面表示,若干问题磨砂膏铅含量超出规定0.04毫克/克的水平,公司在去年12月7日接到国家质量监督检验检疫总局通报后,就已将不合格产品全部销毁。

欧舒丹方面还称,其杏仁紧肤磨砂膏产品成分之一的天然白陶土供应商,在未知会公司的情况下,转换采购安排,并没有提供适当的分析结果。公司已于去年12月18日撤回全球所有杏仁紧肤磨砂膏存货。

记者来到广州一家欧舒丹专卖店,这里显得很冷清。一位女店员热情地向记者介绍说,



购买某些指定套装可获赠送,且表示:“没听说公司产品出问题,销售很正常。”被问及有无杏仁紧肤磨砂膏时,对方称由于用完杏仁紧肤磨砂膏后皮肤会有点干,所以早已停售。

不过,该店员坚持否认听说杏仁紧肤磨砂膏含铅超标:“产品质量没问题,下架、停售还是因为考虑到销售业绩和使用感受等。”随后,记者登录欧舒丹中国官方网站,没有找到该款杏仁紧肤磨砂膏的相关产品信息。

(涂端玉)

跨国视点

达能“野心”未歇 宣布收购有机婴儿食品商

法国食品巨头对婴幼儿食品的“野心”并未停歇。据悉,该公司近日宣布收购美国有机婴儿食品生产商Happy Family。在中国的网店上,后者的产品目前已被“海淘”至国内市场出售。

达能表示,已经在13日签署一份收购Happy Family合共90%股权的协议,后者是美国市场上第四大婴儿食品生产商。

资料显示,Happy Family创立于2006年,在美国市场占据4%的份额。今年,该公司预计能达

到6000万美元的销售额。达能收购这家公司,主要是看中了其主打高端有机婴儿食品原料。

收购后,达能婴幼儿营养品业务部门高层已表示,将着力发展这家美国公司及其品牌。据悉,有关交易仍需要等待批准,预计在未来几个月内完成。

在此之前,达能已经陆续把其婴幼儿营养品品牌导入中国市场,而雀巢收购惠氏奶粉也主要是剑指中国销售。

(刘俊)

竞购搜狗 百度、360、腾讯互较劲

继阿里巴巴入股新浪微博、百度爱奇艺收购PPS之后,国内互联网业近日再次传出并购重磅消息,这一次的主角是搜狐旗下的搜狗。据消息人士透露,百度、奇虎360、腾讯3家巨头正在积极竞购搜狗,其中360出价约为14亿美元,采用现金加换股方式进行交易。

据CNZZ的数据,2013年4月,在国内搜索引擎市场,百度的市场份额最大,占到67.21%;360搜索排名第二,市场份额为14.94%;而搜狗的市场份额为9.15%,位列第三。除此之外,搜狗还拥有市场排名第一的搜狗输入法,该输入法拥有1.95亿活跃用户,覆盖超过80%的中国互联网人群,与360安全卫士、腾讯QQ并称国内三大桌面客户端软件。

据了解,竞购方中最积极的当属360。自去年8月推出360搜索后,360股价就开始一路飙升,从此前的13.8美元涨至目前的37美元左右,创下了历史新高。

业内人士一致认为,“搜索”是改写360股价的关键词。360总裁齐向东今年初曾表示,希望360搜索的市场份额每年增长10%,到2015年达到占市场份额40%的目标。要实现这一目标,并购目前排名第三的搜狗,无疑是一个快捷手段。更重要的是,一旦竞购成功,360将手握现

有三大桌面客户端中的两个,从而极大巩固其在PC互联网端的优势。

百度方面,虽说目前仍然牢牢占据国内搜索引擎市场老大的位置,但其市场份额已被360不断蚕食。如果360和搜狗联姻,两者的市场份额加起来将超过1/4,并同时手握360浏览器、搜狗浏览器两大搜索引擎推广渠道,这显然不是百度所愿看到的。

据专家分析,百度手握巨额现金流,在收购PPS之后,并购步伐不会轻易停止。至于腾讯旗下搜搜在搜索市场表现一直乏善可陈,并不是腾讯的业务重点。此次传言腾讯加入竞购,更多的是“搅局者”的角色,即抬高老对手360在交易中的收购价格。

目前竞购方的“三巨头”——百度、360和腾讯,均没有对此事作出正面回应。搜狗CEO王小川则在微博回应“不靠谱”。但受此消息刺激,搜狐股票在纳斯达克一度大涨6%。

也有业内人士指出,此次并购传闻或为搜狗的自我炒作,以在启动IPO前引起投资者关注、提振市场估值。最终的结果更可能是被战略注资而不是全盘收购,因为搜狗一直在有计划地推出新品并酝酿独立上市。

(秦海波)

克莱斯勒召回47万辆问题车

美国克莱斯勒集团近日宣布,将在全球共召回大约47.5万辆汽车,其中大部分为旧款多功能运动型车,以升级存在缺陷的软件,消除安全隐患。此次召回涉及46.9072万辆2006至2010款吉普指挥官、2005至2010款吉普大切诺基。

松下2012财年续亏7543亿日元 欲淡出消费电子业

近日,松下公布的截至今年3月份的上一财年的报告显示,松下2012财年总收入为7.303万亿日元,同比下降6.9%;净亏损为7543亿日元,较2011财年净亏损7722亿日元,同比收窄。松下社长津贺一宏曾称,松下的基本方针是降低对电视等消费类产品的依赖。

禽流感冲击 肯德基在中国4月销售额降36%

近日,肯德基母公司百胜餐饮集团在其官网上发布公告称,4月,公司在中国市场同店销售额预计会出现29%的大幅下降。其中,肯德基同店销售额下滑36%。百胜表示,导致同店销售额大幅下降的原因是,4月开始,禽流感对肯德基销售额带来了严重影响。

中石油总部否认“限气提价”弥补进口巨亏

中石油华北天然气销售公司近日被曝发出限气令并提价,外界质疑此举意在弥补进口天然气业务的巨额亏损。近日,中石油总部人士称,目前,总公司层面没有任何有关下属公司“限气提价”的相关信息。

(本报综合报道)

