



“投资德国”系列报道之三

十年磨一剑 华为成德国最大中资企业

■ 本报记者 陶海青

“从挪威的全球最北端,到澳大利亚的最南端,从纳米比亚的沙漠地带、菲律宾的热带雨林到俄罗斯的冰天雪地,都有华为4G业务的影子。”华为中国区无线市场部部长郝光明如此描述道。

这从一个侧面说明华为的投资触角已经伸到许多国家。在全球50家最大的电信网络商中,有40多家企业都在使用华为的设备。

上个月,华为与德国多特蒙德足球俱乐部宣布正式合作。华为将帮助多特蒙德建立欧洲最大的球场无线网络,完成后可提供多特蒙德主场超过4万球迷同时免费上网的服务。目前,华为无线业务在西欧市场的占有率已达到了30%左右。

华为为什么将欧洲总部设在德国?在成为德国最大中资企业的过程中经历了些什么?带着种种问题,《中国贸易报》记者日前电话采访了华为德国相关负责人。

遭遇种族歧视

10多年前,华为进入欧洲。当时,欧洲人对华为产品不屑一顾。他们认为没有必要花时间与一家中国公司谈电信产品。

另外,华为的军方背景也受到许多西方国家的质疑,澳大利亚为此还禁止华为投标。

华为公司德国负责人坦言:进入欧洲的最初几年,阻力巨大,在市场拓展方面毫无进展。

事实上,在进入欧洲市场初期,华为只派出了几名销售人员,他们往返于德国、法国、英国、西班牙等国之间,通常他们走到哪里,华为的欧洲总部就设在哪里。

到2004年,华为在欧洲依然默默无闻。看惯了服装等廉价中国商品的欧洲人,依然难以接受从事高科技产品生产的华为,华为人很难约到客户,在欧洲的销售额没有重大突破,但华为仍坚持把欧洲市场当作战略重点。

一位华为德国的员工感慨:“在海外工作的中国人,几乎都有遭受种族歧视的经历,欧美人傲慢得不可一世。我因不懂德语,在培训课上,曾差点被德国老师赶出教室。我真诚希望祖国强大,有越来越多的如同华为这样的中国企业在海外崛起,挣着欧元美金,让外国人为了想进中国公司而苦学中文。”

“10多年来,华为不惧艰辛,积极探索欧洲市场的‘游戏规则’,经过多年摸索,华为越来越懂得如何遵守德国的‘游戏规则’,以便快速开拓市场。”华为欧洲无线产品管理部高级经理周跃峰说。

将欧洲总部迁至德国

2004年,华为在英国设立了它的首家海外分公司。据当时的英国《泰晤士时报》报道,这是迄今为止中国企业在英国的最大投资项目。

英国分公司的建立,标志着华为开始走进欧洲。如今,华为已在英国、波兰、德国、法国、荷兰、意大利、西班牙、瑞典等20多个欧洲国家设立了子公司,其研发、服务、培训以及生产和销售业务遍布整个欧洲。

但在2007年,华为将其欧洲总部从英国转移到了德国。德国联邦外贸与投资署总经理贝诺·彭泽对记者如此解释:首先,德国政府非常欢迎中国投资,德国现在已成为中国企业在欧洲投资的首选地,中国在德国的投资项目迅速增加。其次,从选址角度看,德国地处欧洲中心,拥有完善的交通基础设施和物流网络,中国企业将总部建在德国,有利于进一步拓展欧洲市场。再次,欧盟日前发布了2012/2013年度“创新经济体”排名,瑞典、德国、丹麦、芬兰位列前四。德国在知识资产(指专利申请、应对社会挑战类专利申请)、创新者(指与创新生产、营销相关的中小企业数量)方面占有明显优势,由此吸引了越来越多的中国企业在德国设立研发中心。

2009年,华为宣布,将投资2000万欧元(约合2980万美元),在德国北威州首府杜塞尔多夫设立创新中心,该创新中心于2010年开工兴建。据悉,华为创新中心选址杜塞尔多夫,主要是因其重要客户沃达丰



德国公司就在此地。

未来5年研发投入翻番

美国研究公司ABI Research的数据显示,华为在2013年第二季度占全球移动基础设施RAN设备市场31.1%的份额,坐上了该市场“头把交椅”。同时,ABI Research的数据还显示,华为在今年第二季度成为全球第六大手机制造商,占据3.1%的市场份额。

华为欧洲研究中心副总裁Renato Lombardi在一份声明中表示:华为致力于将每年收入中的至少10%用于研发再投资。2012年,华为把超过13%的全球收入用于了研发再投资,这是全球ICT(Information、Communication、Technology)产业私有公司最大的研发承诺之一。华为在2010-2013年间在欧洲的研发投资增加了一倍,其预计这一数字在未来五年将再翻一番。

上述数据表明,华为希望能够同时巩固其在德国、欧洲和全球范围内的市场地位。正如华为德国公司首席执行官程戟所言:“华为在德国的投资从一开始就进行了长期规划,这是公司能够长期开展业务的根本之路。”

跨国聚焦

奔驰在华服务遭诟病:缺乏诚意 漠视维权



■ 谢育辰

“奔驰在华现状用焦头烂额形容最贴切,和宝马与奥迪相比,奔驰没有建立一个稳定的体制。”汽车分析师张志勇面对记者一针见血地指出了奔驰在华发展的现状。

今年前三季度,奥迪和宝马品牌在华销量均实现两成的增长,销量分别增至36.82万辆和26.54万辆。奔驰的销量为15.59万辆,同比增长仅7.9%,销量和增幅均落后于奥迪和宝马。

恰逢此时,奔驰全新S级轿车上市,但部分一线城市的经销商对记者透露,近一个月来店里没有售出一辆新S级轿车。新车销售受阻的同时,经销商还对记者抱怨利润低,更有许多车主质疑车内存异味等问题。

对此,记者采访了奔驰中国公关负责人王燕,但直至截稿并未得到回复。

新车“价格乱战”格局未变

近日,记者走访一家奔驰4S店,注意到,到店看车的顾客在对比新车的优惠幅度。“这边的改款C260优惠6万元,那边的E400L优惠8万元,和上个月相比,降价幅度又加大了,不知道下个月幅度会不会更大。”车主对记者说出了担心的问题。

奔驰为了迎合中国消费喜好,8月份推出了E级长轴距轿车,并且进行了超过2000处的技术改进,可是为

何刚上市就开始大幅度降价。经销商告诉记者:“奔驰新车降价销售是为了与宝马5系、奥迪A6L抢占市场。”

9月份数据显示,奔驰E级长轴距车型在华销量为6500万辆,奥迪A6L与宝马5系销量分别为1.29万辆和18500万辆。可见,经过改款之后,依然没有改变落后的格局。

对比C级和E级轿车的竞争劣势,奔驰S级轿车在ABB三驾马车阵营中一直处于领先地位,去年全球销量6.5128万辆,领先于宝马7系的5.9184万辆和奥迪A8的3.8636万辆,其中中国市场销量占据奔驰S级轿车49%的份额。

9月底,全新S级轿车在上海高调上市。可是记者在北京一家奔驰4S店了解到,新S500L比官方指导价高出15万元,S400L混动车型高出12万元,各店都在加钱售车,但市场并不乐观。

“近一个月,店里没有卖出一辆,情况好一些的4S店也就卖出两三辆,现在的车市和2010年前不同,沿用老款奔驰S级的加价策略行不通了。”北京奔驰4S店销售人员对记者透露。

业内人士分析,奔驰在中低端市场已经落后于奥迪和宝马,也许会失去部分豪华车潜在的购买人群,宝马和奥迪也将迎来7系和A8L的更新换代,若全新S级轿车市场遇阻,奔驰或面临全线溃退。

经销商利益受冲击

由于奔驰产品营销在华受阻,也导致经销商的

利益受到影响。

奔驰先是稀释了其在中国最大经销商利星行的股份,如果说此举是为了解决进口奔驰与国产奔驰的渠道矛盾,那么今年5月份奔驰中国总裁倪凯发给每个经销商“不作为”的邮件,说明奔驰已经开始对经销商加大了管理力度。

北京北汽鹏龙贸易股份有限公司已以564万元拟转让所持奔驰安徽之星汽车销售服务有限公司的10%股权之后,其余的经销商也纷纷抱怨举步维艰,有消息传出,今年第一季度,奔驰已有两家经销商退网。如今,奔驰国产车型和进口车型不断上市,而经销商的利润并没有增加。

“现在店里卖出去最多的车型依然是C级和E级轿车,可是由于都在降价销售,各店都在赔钱更别说挣钱利润了!”奔驰4S店工作人员对记者抱怨。

记者在一家经销商处了解到,奔驰厂家让利只是指导价的7%到8%。经销商在亏钱销售新车以回笼资金,店里除了维修和保养业务盈利,其余都要靠完成一定销量后奔驰给店里的返利来维持。

对此,张志勇指出,奔驰加大优惠幅度实质是靠压缩经销商利润来吸引消费者,如果市场好转,奔驰应该增加经销商的返点。

业内人士也预测,如果奔驰不改善与其经销商的关系,将遭遇更多退网问题。

漠视维权

记者在奔驰4S店里看到一则有趣的促销广告:“凡在店里购买新车者,均获赠飞利浦空气净化器一台。”难道车中真的存在异味?

据奔驰C280车主谢先生反映,自2009年1月份购车后,在行驶过程中,感觉车中存在异味,与经销商沟通后,免费更换了地毯。可是车里的味道和之前的一样。而奔驰的解释是换过地毯之后就不再受理此类业务。今年4月份车主把车送到4S店,自费

检查。车子拆的只剩下金属框架,更换了有异味的隔热垫等配件,组装完使用没多久,异味再次出现,厂家和经销商都无法给出解释。

就异味事件,倪恺与奔驰中国高级执行副总裁李宏鹏紧急召开媒体沟通会。奔驰在会上曾回应:这种异味对健康没有负面影响。这不是和安全相关的问题,而是一个和舒适相关的问题。厂家将给车主更换地毯,并对车进行一次彻底的清洗,保证一次性彻底地解决异味的情况。

然而,在人数近1000人的奔驰异味维权群里,许多车主向记者反映:更换完地毯之后异味依然存在,而且更换过一次之后厂商就不再受理了。

许多车主还向记者提供了甲醛、TVOC等超标的检测报告,记者走进一家奔驰经销店,当记者询问此事时,一名销售人员向记者展示一张来自厂家的口述表格,上边陈列着“此款车不是现售车型”、“官方检测甲醛并未超标”等回复。“如果有车主问起,就按照表格上的内容回复,并且此项被纳入销售人员平时的考核项目。”据销售人员透露。

针对厂家漠视的态度,北京惠诚律师事务所的工作人员告诉记者:“依据相关法律,如果有甲醛等威胁身体健康的指数超标,车主有权要求退车或者得到相应的补偿。”而维权群主小西也告诉记者,这些车主将会通过法律途径来维权。

奔驰在华发展遭遇了品牌影响力下降、经销商退网、车主维权等难题,再加上最近高层人士变动又对奔驰的未来增添许多不确定性。对此,张志勇接受记者采访时表示:“奔驰应建立一个稳定的机制,包括产品策略、营销策略、价格策略和市场定位。经过全面的完善之后,再与奥迪、宝马抗衡。”

社会责任

通用拟同上汽加强海外合作 或携手开拓印尼市场

日前,通用汽车高管表示,与在华合作伙伴上汽之间关系稳定良好,正考虑在印尼等国展开合作。通用汽车中国董事长李添泽(Tim Lee)和通用汽车中国公司总裁苏瑞博(Bob Socia)预计,今年通用汽车和上汽合资子公司销量将比去年增长30万辆,达到300万辆,其中,接近一半来自上海通用,另一半的大部分来自上汽通用五菱。李添泽表示:“我们正在印尼选择方案,但还没有确定商业模式……目前正在谈判中。”其中方案之一在于通用汽车为上汽完成分包组装,另一方案为组建更加成熟的通用一上汽合资子公司。

阿联酋航空或与波音 达成创纪录300亿美元订单

快速发展的海湾地区航空公司阿联酋航空(Emirates Airline)正在就购买最多100架长途客机与波音公司进行深入谈判。对波音公司来说,此次合作或将达成创纪录的300多亿美元订单。总部位于迪拜的阿联酋航空也在评估是否从空中客车那里购买更多的长途客机,包括A380超巨型飞机以及全新的A350客机。阿联酋航空表示,下月举行的迪拜航空展上,可能会公布与波音和空中客车的交易,不过阿联酋航空强调,现在还没有和上述两家公司达成协议。波音和空中客车则拒绝对此发表评论。

开云集团发布Q3财报 Gucci中国销售下滑

日前,旗下拥有BottegaVeneta及Gucci的法国奢侈品公司开云集团(Kering)发布三季度财报,截至2013年9月30日,开云集团收入下跌1.5%至25.23亿欧元,其中奢侈品部门增长放缓,同比仅增长1.5%至16.17亿欧元,运动及生活方式品牌部门收入下跌7.6%至8.96亿欧元。尽管开云集团首席财务官Jean-Marc Duplaix首次承认Gucci中国销售下滑,但其拒绝透露具体数据。他在接受境外媒体采访时称,Gucci中国的销售下滑主要因为中国的销售环境表现消极,同时Gucci的转型也让入门级的低价产品销量下降。

国家电网计划斥资100亿美元 投资巴西

据巴西媒体报道,世界最大的电力公司中国国家电网计划在2015年之前共投资100亿美元于巴西。此项巨额投资计划将为国家电网旗下四家上市公司带来业绩想象空间。报道援引国家电网巴西分公司总经理蔡鸿贤的话说,相信此次投资将会为国家电网带来丰厚利益。早在2010年,国家电网就曾参与收购巴西圣曼努埃尔和伊陶卡拉的水力发电项目,以及贝卢蒙蒂电力项目。蔡鸿贤去年曾对外界透露,国家电网2015年之前投资巴西的计划金额为50亿美元。时隔一年,国家电网计划的巴西投资额便已翻倍。

(本报综合报道)

