



# 笃行致远,奔驰路上的每一步都算数

家用1.2匹空调24小时不停连续工作7个月,需要耗费多少能量?答案是5兆瓦。在奔驰位于辛德芬根的气动声学风洞试验室中,风速达到250公里/小时就能耗费相同电量。而这种耗资不菲的试验在奔驰的实验室并不少见,甚至往往要开展数千次后,才能为消费者打磨出风阻极低的豪华座驾。

在近期举行的2024梅赛德斯-奔驰新春茶叙上,北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军先生的这个小故事给我留下了深刻的印象。的确在造车这件事上,奔驰从未吝啬过。因此,奔驰赢得了600万中国用户的认可,这家百年车企深知,努力奔驰的每一步都算数。也正是这种笃定标准、不忘初心的坚守,让奔驰在汽车工业这条百年赛道上行稳致远。

记者 陈颖

## 坚持奔驰之所以为奔驰

刚刚过去的2023年,中国汽车市场经历了一场前所未有的变革,国内车企也展现出强大的韧性和活力。奔驰围绕“豪华定位”和“全面电动”两大战略方向,在高端豪华以及新能源领域取得了长足发展,用76.5万辆的销量成绩交上了一份高质量答卷。

随着宏观经济的持续复苏和智能化技术的不断进步,也为2024的中国汽车市场带来更多机遇与挑战。面对市场变革,2024年奔驰将为中国市场带来超过15款全新及新一代产品,同步推动全系产品的新能源化和燃油产品的升级换新。段建军表示,要坚定遵循奔驰之所以为奔驰的底层逻辑,延续“油电双行”的产品策略,用心服务,阔步奔驰。

奔驰之所以为奔驰,是因为有好产品、好服务、好伙伴,还有好导向。品牌既能给用户“既要又要还要”多重选择的好产品,



还能以至上的服务给用户随心奔驰的底气。这不仅是说其推出的越来越多符合中国用户习惯的车型,更是指全国240多个城市的28000多名专业服务人员的共同努力。造好车是奔驰的不忘初心,而服务好则是奔驰的多维用心。

完善的经销商网络是奔驰在中国最宝贵的品牌资产,同时唯有更爱中国才能更懂中国,才能更有机会赢得这片广阔市场。段建军表示,“奔驰之所以为奔驰”,是源于每一位客户的信任托付,是源于每一位伙伴朋友的比肩前行,更是源于这个伟大时代赋予我们的机遇和使命。

## 坚持高质量运营才能稳健奔驰

当下国内汽车市场增速放缓,在多方入局的市场环境下竞争也将愈发激烈。在国内车市更深层次的结构变革中如何持续保持高质量发展,是头部车企关注的重要课题。在北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司高级执行副总裁张焱看来,高质量的经销商网络是奔驰抵抗行业挑战的底气所在。而在新的市场格局下想要以高质量运营实现稳健发展,还要在体验升级、人才价值、精益管理等方面多下功夫。

对于品牌来说,好的品牌体验是增加用户粘性的基础,高质

量运营比的就是体验升级。2018年起,奔驰就在全网构建“2020网络升级计划”,对全网进行软硬件升级,预计于2025年底前启动全网收官;此外,针对高端用户个性化需求,还建立了多家高端豪华专属触点矩阵;同时加快数字化触点建设,为实现高效的精益运营提供了数据抓手。

对于经销商而言,零售端最关注的是细节,而“零售人才”则是一切细节的关键,高质量运营还得比人才价值。业内总说,奔驰经销商是高端汽车零售行业人才的“高等学府”,张焱则表示,奔驰坚持可持续人才发展路径,为经销商伙伴提供资质认证、培训辅导、人才进阶。仅2023年一年,奔驰就向经销商提供了近千门课程、超过57万人天的定制化培训。

此外,高质量运营同样要拼管理,精益管理也是提升运营效率和质量的关键。面对复杂多变的市场环境,奔驰以“敏捷”为关键词,通过体系化的业务结构优化和“一店一策”的针对性管理机制,提升灵活应对市场周期的能力;并且以充分的共识和互信构建体系化组织韧性,提升抗风险能力。

## 坚持奔驰标准 2024“全面”奔驰

在高质量发展的2023年,梅

赛德斯-奔驰连续第8年入选“全球最佳品牌”榜前十,排名晋升至第七位,蝉联“全球最具价值豪华汽车品牌”。对此,北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司销售执行副总裁毕立思(Oliver Britz)自豪地表示,获此殊荣是用户对于奔驰三叉星徽的认可,折射出的是奔驰深厚的品牌积淀和品牌价值。

对于奔驰而言,汽车不仅仅是简单的交通工具,用户买奔驰的标,更多的是买的奔驰标准。2024年,奔驰将带来包括全新纯电G级越野车、全新迈巴赫EQS纯电SUV、全新CLE家族、新一代EQA及EQB纯电SUV在内的多款产品的亮相问世。

毕立思表示,除了提供卓越的产品之外,奔驰还致力于为客户创造令人向往的品牌及产品体验。从赛道到公路,从“冰雪对决”到“天地即征途”SUV之旅,奔驰构筑起覆盖全场景、全路况的驾驶体验平台,提供多样化的生活方式类体验。以强大的产品阵容和不可复制的品牌体验持续丰富“奔驰标准”的内涵,用毕立思的话说,2024年的奔驰真的是“太全面了”!

## 坚持以“中国速度” 为全球创新而奔驰

在全面奔驰的道路上,技术实力是源动力,而本土化的技术支撑则是源动力中的核心。近二十年来,奔驰不断强化在中国的创新实力,不断提速本土研发发布

局,目前,中国研发团队规模已达2000人。为了打造“更懂中国用户”的数字化豪华产品,奔驰用中国思维解读中国用户,更用“中国速度”为全球汽车产业创新变革而提速奔驰。

对于奔驰的“中国速度”,梅赛德斯-奔驰(中国)投资有限公司高级执行副总裁、梅赛德斯-奔驰中国研发和采购负责人欧立甫最有发言权,他表示,“全新E级车搭载的L2+自动驾驶系统,就由我们中国研发团队主导开发。仅12个月就完成了项目启动到产品落地。”值得一提的是,仅2023年一年,中国研发团队就测试了22款车型,完成了超过500万公里的耐久性和功能性道路测试。2024年底,MB.OS将随梅赛德斯-奔驰模块化架构(MMA)平台正式亮相。相信在以中国研发团队为主导的未来,越来越多契合本土化用户习惯的数字化体验,将以“中国速度”快速走进中国用户的汽车生活。

## 结语

笃行致远,奔驰用踏实的脚步丈量汽车百年的进阶之路;不忘初心,奔驰用扎实的标准定义智能豪华的真正含义。正如段建军所言,纵然时代流转,奔驰不会放弃造车的初心,更不会放弃对奔驰标准的坚守。纵然技术变革,奔驰不会放弃对科技创新的承诺,更不会放弃超越自我的雄心。因为奔驰始终坚信时间是最好的证明,因为奔驰路上的每一步都算数!

