«BMW» الشرق الأوسط تسجل أفضل مبيعات في تاريخها عام 2013

حققت مجموعة BMW الشرق الأوسط أفضل مبيعات لها على الإطلاق عام 2013، مع بيع 24.596 سيارة BMW وMINI في 12 بلداً في الشرق الأوسط، بزيادة نسبتها 15في المئة مقارنة مع السنة القياسية الماضية عام 2012 «21.314 سيارة». وهذه السنة القياسية الثالثة على التوالي، مما يؤكد على موقع الشركة كأنجح مصنع للسيارات الراقية في العالم وشركة رائدة في فئة السيارات الراقية، على المستوى العالمي وفي الشرق الأوسط.

بلغ مجموع عدد السيارات التي باعتها الشركة طوال العام، أي 24.596 سيارة، أكبر عدد من سيارات BMW وMINI يُباع في الشرق الأوسط على الإطلاق. وشهدت كل الأسواق الخليجية مبيعات قياسية ونموا يتخطى العشرة في المئة.

وبقيت الإمارات السوق الأفضل مبيعا، إذ استأثرت بنحو نصف مبيعات BMW وMINI في المنطقة «46في المئة»، وكانت أبوظبي السوق الأكثر مبيعا، بحيث سجلت نموا بنسبة 15في المئة ، بينما شهدت دبي زيادة في المبيعات نسبتها 10في المئة . أما خارج الإمارات العربية المتحدة، بقيت المملكة العربية السعودية السوق الثالثة الأكبر مبيعاً، مع بيع 4.228 سيارة ونمو بنسبة 18في المئة ، تليها الكويت مع 3.910 سيارات ونمو بنسبة 19في المئة ، والأردن مع نمو بنسبة 18في المئة وقطر بنسبة 12في المئة مع مبيع 354 و1.450 سيارة تباعا.

BMW تحقق ارقاما قياسية في الشرق الأوسط

وتعليقاً على نجاح الشركة، قال د. يورج بروير، المدير الإداري لمجموعة BMW في الشرق الأوسط: «تشهد مبيعاتنا عام 2013 على فعالية الاستراتيجية المتمركزة حول العملاء. وقد ساهم طرح السيارات الجديدة والاستثمارات التي قام به الوكلاء الحصريون في خدمات العملاء الجديدة في تعزيز رضا العملاء وزيادة رغبتهم في علاماتنا».

الطرازات الراقية

كانت سيارة BMW الفئة الخامسة، الرائدة عالميا في فئة سيارات الصالون التنفيذية، طراز BMW الأفضل مبيعا عام 2013 مع بيع 5.729 سيارة منها، بزيادة نسبتها 10في المئة مقارنة مع عام 2012. وبقيت الفئة السابعة، الطراز القمة لدى BMW، من السيارات المفضلة إذ لا تزال من دون شك الرائدة في فئة السيدان الفاخرة بفضل تصميمها المذهل والراحة التي تقدمها ومواصفاتها التقنية المبتكرة. وتم بيع 4.815 سيارة منها، بزيادة نسبتها 16في المئة مقارنة مع العام 2012، وتحسنت مبيعاتها مع عدد من النسخ الخاصة من سيارات BMW الفئة السابعة التي شملت مواصفات تزيد من جمالها الفاخر ومتعة القيادة المطلقة التي تقدمها السيارة القمة. وشملت طرازات BMW الأكثر مبيعا أيضا سيارة النشاطات الرياضية «3.624 X5 سيارة»، وسيارة BMW الفئة الثالثة «2.659 سيارة»، وسيارة النشاطات الرياضية كوبيه «2.464 X6 سيارة».

ومن الناحية الرياضية لـBMW، حافظت سيارة BMW الفئة السادسة غران كوبيه على موقع ريادي عن فئة السيارات الراقية، واحتلت موقعا رياديا ضمن تشكيلة سيارات BMW الفئة السادسة مع بيع أكثر من 1.400 سيارة. وسرعان ما أصبحت من السيارات المفضلة لدى العملاء في الشرق الأوسط بعدما أطلقت عام 2012، وكانت أنجح سيارة تطرحها BMW في الشرق الأوسط. وليكتمل نجاح سيارة الفئة السادسة كوبيه، طرحت BMW سيارة M6 غران كوبيه عام 2013 التي ساهمت جدا في نجاح الشركة.

ارتفاع إنتاج السيارات في بريطانيا إلى 1.5 مليون وحدة العام الماضي

«كونا»: أكد تقرير متخصص امس ارتفاع انتاج السيارات في بريطانيا العام الماضي بنسبة 3.1 في المئة مقارنة بعام 2012 ليبلغ اجمالي الإنتاج 1.5 مليون سيارة.

واوضح التقرير الصادر عن «جمعية منتجي ومسوقي السيارات» ان اجمالي إنتاج السيارات العام الماضي وصل الى أعلى مستوى له منذ عام 2007 الذي سبق الازمة المالية العالمية.

وعزا التقرير ارتفاع الإنتاج الى زيادة الطلب الداخلي والخارجي على السيارات المصنعة في بريطانيا وخاصة من الولايات المتحدة وروسيا والصين مضيفا ان أربعا من كل خمس سيارات تم تسويقها للخارج.

وتوقع ان تواصل صناعة السيارات البريطانية نموها الإيجابي ليصل الإنتاج الى حوالي مليوني سيارة بداية من عام 2017 مبينا ان بريطانيا في طريقها لتصبح ثالث اكبر منتج للسيارات في اوروبا بعد المانيا وإسبانيا.

وذكر التقرير ان مصنع شركة «نيسان» اليابانية في مدينة «ساندرلاند» الانجليزية سجل لوحده اكثر من ثلث الإنتاج العام بمجموع نصف مليون سيارة يليه مصنع «لاندروفر» ب 340 الف سيارة ثم «تويوتا» بـ179 الفا و«ميني» بـ174 الفا و «هوندا» بـ138 الف سيارة.

واضاف ان اجمالي الإنتاج الذي حققته جميع الشركات المحلية والأجنبية يعني ان المصانع البريطانية شهدت العام الماضي تصنيع سيارة كل عشرين ثانية.

وقال وزير الأعمال فينس كايبل في تصريح صحافي ان الاستثمارات التي ضخت في قطاع صناعة السيارات التي بلغت قيمتها العام الماضي 2.5 مليار جنيه استرليني بدأت تحقق أهدافها وهي في طريقها الى دفع القطاع الى مستويات نمو غير مسبوقة خلال الاعوام القليلة المقبلة.

واكد ان تصدير 80 في المئة من إنتاج المصانع البريطانية يمثل دليلا على ثقة المستهلك الأجنبي في جودة المنتوج البريطاني مضيفا ان «نجاح هذا القطاع يرتبط بمدى القدرة على إبقاء الصادرات في أعلى المعدلات الممكنة».

«MINI» تطلق العنان لشخصيتها الغامضة مع نسختها الجديدة

لقد دفعت MINI الحدود مرة جديدة مع إطلاق نسخة MINI Black Knight Edition التي باتت متوافرة اليوم في الشرق الأوسط من خلال طرازي MINI Countryman و MINI Paceman. ومن المنتظر من هذه السيارة التي تتمتع بطلاء أسود غير لامع أن تسلب الأضواء.

وداخل مقصورة MINI Black Knight Edition يمكن لمحبي الموسيقى اختبار تقنيات الصوت كما لم يشهدوها من قبل بفضل نظام هاي فاي هارمان كاردون المؤلف من 10 مكبرات صوت موزعة في السيارة بشكل فعال لتوفير صوت عالي الجودة. ويسمح هذا الطراز بفتح أو إغلاق السيارة من دون الحاجة للمفتاح بفضل خاصية الدخول بدون مفتاح. بالإضافة إلى ذلك، تتيح التكنولوجية المتطورة استخدام السيارة بدون الحاجة للمفتاح بفضل زر تشغيل وإيقاف المحرك «Start/Stop» وذلك ليتمتع السائق بأقصى درجات الراحة عند قيادة سيارة MINI.

ولا تتوقف MINI Black Knight عند هذا الحد. فبإمكان هواة MINI أن يختاروا الحصول على الخطوط الرياضية إما باللون الأبيض أو الأحمر، والمصابيح الأمامية القابلة للتكيف باللون الداكن المائل إلى الأسود، والعجلات المصنوعة من مزيج معدني خفيف بتصميمين مختلفين Twin Spoke Black Burnished أو Cross Spoke Crusher Clack وذلك يعتمد على الطراز الذي يختارونه.

MINI جديد

وتعليقا على وصول MINI Black Knight Edition، قالت سارة يونغاردت، مديرة MINI لدى مجموعة BMW الشرق الأوسط: «شهدت MINI خلال عام 2013 نمواً بنسبة 15في المئة على الصعيد الإقليمي، وإننا متشوقون بالتالي لانضمام هذه الإضافة الجديدة إلى محفظتنا من الطرازات كما إننا على ثقة بأنه سيحظى بشعبية كبيرة بين عملائنا في الشرق الأوسط الذين يتمتعون بحبهم للفرادة.»

تتوافر MINI Countryman وMINI Paceman بنسخة Black Knight Edition مع محركي John Cooper Works و Cooper S بالتيربو الثنائي لدى مختلف وكلاء MINI وموزعيها الحصريين في دبي وأبوظبي ولبنان والبحرين والمملكة العربية السعودية وقطر والكويت.

زيادة في مبيعات طرازات الشركة الراقية

«هيونداي» تتخطى حاجز مبيعات 300 ألف مركبة في الشرق الأوسط

أعلنت «شركة هيونداي موتور عن تحقيق مبيعات قياسية مجددا في منطقة الشرق الأوسط خلال العام 2013، متخطية حاجز 300 ألف مركبة للسنة الثانية على التوالي. ولقد سجلت رابع أكبر شركة لتصنيع السيارات في العالم زيادة في مبيعاتها نسبتها 7.5 في المئة مقارنة بالعام 2012 إذ قامت ببيع 328.856 مركبة في المنطقة.

وتمتعت المملكة العربية السعودية بأعلى نسبة نمو بين أسواق دول مجلس التعاون الخليجي والمشرق لسنة 2013 بينما حافظت أيضا في الوقت نفسه على موقعها كأكبر سوق مفرد لدى «هيونداي»، ولقد ارتفعت المبيعات فيها بنسبة 16 في المئة لتصل إلى 143.405 مركبات. أما الكويت فقد سجلت زيادة في المبيعات نسبتها 11 في المئة مقارنة مع أدائها المميز في العام 2012، إلى جانب تسجيل أرقام عالية أيضا في كل من الإمارات العربية المتحدة حيث بلغت نسبة الزيادة 10 في المئة ، وفي عُمان والبحرين مع زيادة بنسبة 7 في المئة لكل منهما.

ولقدجاءتسيارات«هيونداي» المدمجة على رأس لائحة المبيعات مرة أخرى، حيث تقدمت «إلنترا»على «أكسنت»لتصبح السيارة الأكثر شعبية بين أوساط عملاء الشرق الأوسط. وحققت «إلنترا» مبيعات وصلت إلى 81.401 سيارة في العام 2013، بزيادة قدرها 28.245 سيارة عن السنة السابقة، بينما تم بيع 61.059 سيارة «أكسنت» في المنطقة. وحافظت المركبة الرياضية الكروس أوفر المدمجة متعددة الاستخدامات من نوع «توكسون»على مركزها الثالث مسجلة مبيعات قدرها 28.370 مركبة.

هيونداي إكسنت

ويقود توجه علامة «هيونداي» التجارية المتمثل بفلسفة «الفخامة العصرية» في الشرق الأوسط طراز «جنيسيس» «Genesis» الرائع، إضافة إلى «سنتينيال» «Centennial 2014» الذي يُعد طراز «هيونداي» الأبرز الذي تم إطلاقه في وقت سابق من السنة، ولقد شهد كلا الطرازان تحسنا في المبيعات خلال 2013. ولقد برهنت «جنيسيس» بالتحديد عن شعبيتها المتزايدة بين أوساط عملاء المنطقة حيث سجلت زيادة بنسبة 24 في المئة عبر بيع 3.112 سيارة منها.

أما «سانتا في» «Santa Fe» فقد شهدت ارتفاعاً كبيراً في مبيعاتها مرة جديدة مع بيع 22.605 مركبات منها في المنطقة، معززة بذلك شعبية ومكانة عائلة «هيونداي» من المركبات الرياضية متعددة الاستخدامات «SUV». ومن الطرازات الأخرى التي تحظى أيضاً بشعبية كبيرة بين عملاء الشرق الأوسط هناك «سوناتا» «Sonata» التي بيع منها 23.700 سيارة و«أزيرا» «Azera» التي سجلت مبيعات وصلت إلى 11.099 سيارة.

تعليقا على هذه النتائج المميزة، قال توم لي، مدير المكتب الإقليمي لـ«هيونداي» في منطقة الشرق الأوسط: «كانت 2013 سنة ناجحة جداً مرة أخرى بالنسبة لشركة «هيونداي موتور» في الشرق الأوسط، وتسجيلنا لمبيعات قياسية للسنة الثانية على التوالي ساعدنا في الحفاظ على مركزنا الثاني في السوق بمواجهة منافسة قوية من مصنعين يابانيين وأوروبيين وأمريكيين.»

وتابع يقول: «حصلت أيضاً العديد من طرازاتنا على جوائز قيمة من خبراء السيارات في الشرق الأوسط خلال سنة 2013، مما يؤكد على جودة منتجاتنا التي نوفرها لصالح جميع عملائنا في المنطقة. ولقد تم اختيار طرازانا الأبرز «سنتينيال» للفوز بلقب «أفضل سيارة فاخرة كاملة الحجم لسنة 2013» من مجلة «أوتوموبيل» الرائدة، كما تم منحها لقب «أفضل سيارة صالون» للسنة ذاتها من «إيفو الشرق الأوسط». إلى جانب هذا، تم اختيار «هيونداي» للفوز بجائزة «أفضل مصنع للعام» من قبل مجلة «سبور أوتو» البارزة، وهو أمر نفخر به كثيرا.»

«إلنترا» تتقدم على «أكسنت» لتصبح الطراز الأكثر شعبية بين عملاء الشرق الأوسط

«رينو» تستقبل 2014 بإستراتيجيات نمو للأرباح

أفادت وكالة بلوم بيرج بأن شركة « رينو » الفرنسية زادت مبيعاتها في المئة 3 في العام الماضي بسبب ارتفاع الطلب على السيارة «داسيا».

أشارت الشركة في بيان لها إلى أن مجموع التسليمات في 2013 ارتفع إلى 2.63 مليون سيارة والمركبات التجارية الخفيفة ارتفعت إلى 2.55 مليون عن العام السابق، واضافت الشركة أن مبيعات «داسيا» ارتفعت في المئة 19.

جاء ذلك فيما يركز كارلوس غصن، الرئيس التنفيذي لشركة « رينو » على زيادة التسليمات في الاقتصادات الناشئة، كما توقع نمواً هائلاً في الطبقة رفيعة المستوى الذي هو محل تركيز «داسيا»، بينما شكلت الأسواق خارج أوروبا نصف مبيعات الشركة عام 2013، تعمل «رينو» حاليا على بناء مصانع جديدة في خطوة لتوسيع وتطوير مناطق أكثر للسيارات مع شريكها الياباني شركة "نيسان" لخفض التكاليف مع المكونات المشتركة.

قال جيروم ستول، مدير المبيعات لشركة "رينو" في بيان: في سياق مواكبة الأسواق في 2014، تمتلك الشركة استراتيجية نمو الأرباح عن طريق تعافي مبيعاتنا الأوروبية وزيادة مبيعاتنا الدولية.

أفاد فرانسوا روجيه، المتحدث باسم الشركة بأن مبيعات السيارة «رينو» وصلت إلى في المئة 41 في العام الماضي، بدلا من في المئة 37 عام 2012.

«رولز رويس جوست» 2014: تحسينات طفيفة تضمن تجربة ركوب وقيادة لا تضاهى

تميزت سيارة جوست، منذ طرحها عام 2009، بأنها غاية في البساطة، إذ استندت إلى قيم رولز-رويس الأساسية وابتكرت فخامة عصرية سهلة. بالتالي، تتميز سيارة جوست بحيوية جديدة ولكنها محافظة في الوقت عينه على إرثها وتقاليدها، فنجدها تتسم بحضور أقل تكلفاً من سيارة فانتوم مع تشديد أكثر على القيادة. من هذا المنطلق، تعكس سيارة جوست 2014 رؤية الركوب والقيادة هذه بطريقة لا تضاهى مع تحسينات طفيفة تحرص على تجهيز السيارة وفقاً لأعلى المعايير من رولز-رويس.

عند الجلوس بكل راحة في سيارة جوست على المقعد المرتفع قليلاً خلف عجلة القيادة، وهذا ما يسمى بوضعية السلطة، يجد السائق أمامه الآن شاشة IPS جديدة بالتعريف العالي قياس 10.25 بوصة، وهي الأكبر في فئتها، وتتميز بوضوح أعلى مع زاوية مشاهدة وتباين ألوان أفضل. ويمكن استخدام هذه الشاشة لعرض وظيفة «رؤية المدينة بثلاثة أبعاد» 3D City View، وهي إحدى التحسينات الكثيرة للملاحة في السيارة، وتشمل عرضا جديدا للخارطة، واحتساباً محسناً لمسافات الطريق، ووظيفة التوجيه العالي High Guiding، التي توصي السائق بالمسارات والمنعطفات الصحيحة بشكل خارطة صغيرة واضحة.

ويضم جهاز التحكم الدوار الذي يحمل شعار روح السعادة في سيارة جوست 2014 مع إمكانية تحريك قائمة الوظائف صعودا ونزولا من خلال تحريك العجلة الكرومية والضغط لاختيار الوظائف.

وتسمح وظيفة المؤشر بانتقاء الخيارات على القائمة بسرعة أكبر. وتزداد التحسينات مع إضافة قدرة إدخال المعلومات بواسطة النص المكتوب، فيمكن مثلاً إدخال الاسم والرقم عبر قائمة الهاتف. وتتعرف هذه الوظيفة إلى الأحرف باللغة الإنجليزية واللاتينية والصينية والعربية لمساعدة السائقين في ثاني وثالث أكبر سوق عالمية للشركة، أي الصين والشرق الأوسط تباعاً، وإلا سيتطلب اختيار الأحرف الكثير من الوقت.

أما نظام الصوت المصمم حسب الطلب في سيارة جوست 2014، الذي ابتكره وعدله الخبراء الرواد في القطاع، فيقدم تجربة سمعية غنية وشاملة، تقرب مركز الصوت أكثر من أذني الراكب. ويضم النظام 16 مكبر صوت، ومكبرين للترددات العالية، ومضخم بقوة 1300 واط موزعة على 18 قناة. بالتالي تتميز السيارة بجودة صوت لا تضاهى، لا بل يمكن اختيار إعداد «المسرح» Theater لنيل تجربة صوت محيطي كاملة.

وتحرص أحدث تقنيات الهندسة الصوتية على ألا تؤثر الظروف الخارجية على جودة الصوت داخل السيارة، إذ تغير ميزة تعديل صوت تلقائياً الموسيقى وفقاً للأصوات المحيطة بالسيارة، فمثلاً يتغير الصوت عند هبوب الرياح وعند السير على طرقات غير مستقيمة حفاظاً على أفضل صوت. علاوة على ذلك، تتخلص تكنولوجيا DIRAC من الأصوات العالية والميتة جراء انعكاس الصوت على النوافذ، وتتخلص تكنولوجيا المرشحات النشطة من تشوه الصوت.

رولز رويس جوست 2014