



BMW Group България направи обзор на търговското представяне през 2018 г. в международен план и на българския пазар.

2018-а година е осмата поредна рекордна година за BMW Group. Търговският резултат постигнат от трите автомобилни марки BMW, MINI и Rolls-Royce, на германският премиум производител е 2 490 664 автомобиля или ръст в продажбите от 1,1%. Това, за пореден път отрежда на компанията, позицията на най-успешен производител на премиум автомобили и услуги за мобилност в света.

Годишните продажби на марката BMW за трета поредна година надхвърлят 2 млн. автомобиля и възлизат на 2 125 026, което представлява ръст от 1.8 % спрямо 2017 г. Основен фактор на растеж е разширяването и обновяването на моделите от семейството BMW X, както и отличното представяне на BMW Серия 5. Реализацията на Sports Activity Vehicle (SAV) и Sports Activity Coupe SAC моделите достига 790 592 (+12.1% спрямо предх. год), като общият им дял от продажбите на марката достига 37.3% (33.8% през 2017 г.). С пълна разполагаемост на варианти на задвижване на всички пазари BMW Серия 5 е другият основен двигател на растежа. Премиум бизнес лимузината постига с 12.8% по-висока реализация спрямо предходната година до общо 328 997 автомобиля доставени в целия свят.

Автомобилите MINI доставени на клиенти в цял свят са общо 361 531, което е с 2.8 % по-малко в сравнение с предходната година. 2019 ще бъде особено вълнуваща за марката заради предстоящото, в края на годината, въвеждане на пазара на първото серийно електрическо MINI.

През 2018 Rolls-Royce постига най-висок търговски резултат в 115 годишната история на марката - 4 107 автомобиля и отбелязва ръст от 22,2% спрямо предходната година. Основен пазар за марката остават Северна и Южна Америка, но всички основни пазара бележат позитивен ръст. Основен фактор за растежа е въвеждания през годината Phantom, а Ghost е моделът с най-голям пазарен дял.

Разработването и реализацията на електрифицирани превозни средства е стратегически приоритет за BMW Group. Постигната е още една амбициозна цел – да бъдат доставени над 140 хил. автомобиля в рамките на 2018 г. Със 142 617 доставки стратегически важният сегмент на електрифицираните автомобили отбелязва годишен ръст от 38.4%. Това е важна стъпка по пътя към изпълнението на следващата цел – броят на електрифицираните автомобили на BMW Group доставени в цял свят от 2013 година насам да достигне 500 хил. преди края на 2019г.

PHEV бизнес лимузината 530e е най-продаваният електрифициран модел на Групата избран от 40 260 клиенти в целия свят, с което постига 12.2% дял от общата реализация на BMW Серия 5 Седан. Наред с това доставките на MINI Countryman Cooper S E ALL4 възлизат на 13 219 или 13.3% от реализацията на MINI Countryman. За пети пореден път BMW i3 подобрява пазарното си представяне. Въвеждането на нова по-мощната батерия допринася за нарастването на реализацията с 10.6% през 2018 г. до 34 829 автомобиля в световен мащаб.

Пазарното представяне подразделението за върхови спортни автомобили BMW M GmbH също е рекордно – над 100 000 (102 780 / +27.2%) вълнуващи автомобили са доставени на щастливи клиенти в целия свят. С това поставената амбициозна цел е постигната две години по-рано от очакваното. Сред най-популярните модели се нареждат BMW X3 M40i (19 670), BMW M2 (13 731) и BMW M5 (7 823).

Продължава най-голямата моделна офанзива в историята на компанията. В рамките, на която на пазарите в цял свят вече бяха въведени близо 40 нови или обновени модели, както и 14 мотоциклета. Специален фокус в обогатяването на моделното портфолио имат продукти от висшия сегмент и SAV моделите на семейството BMW X.

След въвеждането на новото BMW X2 през 2018 г. предстои гамата на SAV автомобилите да бъде обогатен с още едно изцяло ново предложение – луксозното BMW X7, което предстои да бъде въведено на европейския и български пазар през май 2019 г.

Очакванията за 2019 г. на BMW Group са за леко повишаване на глобалните продажби. Общият добър икономически климат и позитивни прогнози за премиум сегмента, в комбинация с многообразието от атрактивни допълнения в моделното портфолио, особено във висшия сегмент, ще бъдат двигател на растежа през 2019 г. Запазва се обаче възможността политическата и икономическа нестабилност, да окаже негативен ефект и върху автомобилната индустрия.

И през 2019 г. в стратегически план BMW Group остава фокусирана върху изпълнението на своята стратегия NUMBER ONE> NEXT. Тя има за цел да позволи на компанията да оформя и в бъдеще премиум индивидуалната мобилност и автомобилната индустрия, като цяло. Стратегията се фокусира върху дългосрочния и устойчив успех на BMW Group, основан на иновативни технологии, всеобхватна свързаност и мобилност с нулеви емисии.

В България 2018 г. е най-добрата за BMW Group от създаването ѝ през 2007 г. За дванадесетте месеца на 2018 г. на крайни клиенти са доставени 1254 автомобили BMW и MINI. Така компанията за пореден път затвърждава лидерската си позиция в премиум сегмента.

Общият брой на автомобилите BMW реализирани на българския пазар за периода достига 1100 или ръст от 8.5% спрямо предходната година. При MINI, на клиенти са доставени 154 автомобили или с 36% повече, в сравнение с 2017 г. Търговската реализация на BMW Motorrad възлиза на 106 доставени мотоциклета или спад от 26.9%, но спрямо изключително високия резултат през 2017, в който бяха включени доставените на Министерството на вътрешните работи 60 мотоциклета за нуждите на Полицията.

Анализът на продажбите показва, че за крайния успех на BMW Group България значение имат всички моделни серии. Най-продаван модел е BMW Серия 5 (141), следван от BMW X3 (138). На трето място, при това в година на смяна на моделните поколения, се нарежда BMW X5 с 134 автомобили предадени на крайни клиенти.

Особено внимание заслужава представянето на BMWi в първата пълна година след ланисрането на под-марката BMW i, специализирана в разработването на електрическа мобилност, на българския пазар. Доставките на напълно електрически модели BMW i3 възлизат на 60 автомобила, като този резултат съвпада и леко надвишава очакванията за представянето при въвеждането на марката на българския пазар. В рамките на годината се разшири и нейното представителство на българския пазар и тя вече присъства във всички търговски партньори на BMW Group в страната: Ауто Бавария, София; Бова Кар, Бургас; М Кар – Варна, М Кар – Пловдив, М Кар – Плевен, М Кар – София. Общия брой на електрифицирани автомобили при добавяне на броя на продадени Plug-in хибриди модели възлиза на 72.

През 2019 г. BMW Group България си поставя за цел разширяването на делът на хибридите, като отчита изключителната им роля за създаване на нова култура на мобилност и популяризиране на електрификацията в етап на липсваща или недостатъчно развита инфраструктура, слабо познаване и колебания на потребителите и нуждата от по-висока автономност на движение. Съчетавайки възможност за движение изцяло на електричество в града и неограничена автономност на дълги разстояния този тип автомобили са изключително подходящи, в период на преход към електрическа мобилност

Традиционно и в духа и на световните тенденции остава изключително висока популярността на BMW X моделите. Те имат малко под 50% пазарен дял в реализацията както на марката BMW – общо 464 автомобила. Разпределението по модели е сравнително балансирано, като във всеки сегмент по-функционалното Sports Activity Vehicle (SAV) предложение, леко изпреварва версията Sports Activity Coupe (SAC). (BMW X1 – 99/ BMW X2 – 55; BMW X3 - 138/ BMW X4 - 87 ; BMW X5 - 134/ BMW X6 - 85)

Интересна е и динамиката в моделните семейства, които особено интензивно отразяват философията „радост от шофирането“ - BMW M и BMW M Performance. Те продължават позитивния тренд на пазарна реализация от последните години и постигат обща реализация от 134 автомобила или ръст от 35% спрямо предходната година.

При електрифицираните модели най-голям дял има BMW i3 – 84%, като от модификациите BMW i3 94/120 Ah са доставени общо 51 автомобила, а от спортната версия BMW i3s 94/120 Ah – още 9.

Анализът на вариантите на задвижването показва, че в България се запазва водещата позиция на дизеловите двигатели, макар и да е на значително по-ниско ниво от предходни години – 66%, задвижваните от двигател с вътрешно горене автомобили BMW и MINI са 28%, 5% е делът на електрическите автомобили и 1% на Plug-in хибридите.

При избора на компановка, делът на четирицилиндровите редови двигатели е 44%, а на трицилиндровите - 11%. Във високия клас 38% от клиентите избират шестцилиндрови бензинови или дизелови двигатели, 8% осемцилиндрови и 1% дванадесетцилиндрови.

Що се отнася до избора на BMW клиентите за разпределението на основните елементи на силовия тракт, 89% от закупените автомобили от марката BMW са с интелигентната система за задвижване на четирите колела BMW xDrive.

Системата се предлага в повече от 120 модификации в почти всички моделни серии.

Второто поколение MINI Hatch 5 врати и MINI Countryman имат основен принос за позитивния пазарен резултат на марката MINI с по 55 доставени автомобили. На трето място се нарежда MINI Hatch 3 врати с 28 доставки, а MINI Clubman и MINI Cabrio допълват съответно 12 и 4 автомобили до общия брой от 154.

През 2018 г. реализацията на BMW Motorrad достига 106 мотоциклета. Най-предпочитаните модели са както следва: R 1200 GS, G310, K 1600, R NineT, F850 GS, R1000 и S1000 RR.

И през 2018 г. BMW Group България заедно с мрежата от търговски партньори в цялата страна продължават да полагат целенасочени усилия за въвеждане на най-добри практики не само от автомобилната индустрия, но и търговските отношения като цяло, за повишаване на клиентската удовлетвореност. Те са свързани с въвеждане на нови процеси и гъвкави решения за мобилност, както и използване на възможностите на дигитализацията за допълнителни контакти с настоящи и потенциални клиенти и успешна адаптация към променящите се клиентски изисквания.

BMW Group България Корпоративни комуникации

Христина Пейчева, Мениджър Корпоративни комуникации

BMW Group България

T: +359 2 80 60 733, F: +359 2 80 60 710

Прес портал: <https://www.press.bmwgroup.com/bg.html>

E-mail: hristina.peycheva@bmwgroup.com

--

BMW Group

С четирите си марки BMW, MINI, Rolls-Royce и BMW Motorrad BMW Group е най-успешният премиум производител на автомобили и мотоциклети и доставчик на премиум услуги за мобилност и финансиране в света. Производствената мрежа на BMW Group включва 30 предприятия за производство и сглобяване в 14 държави; компанията има мрежа за продажби в над 140 държави.

През 2018 г. BMW Group е реализирала над 2 490 500 автомобили и над 165 000 мотоциклета в целия свят. Печалбата преди облагане с данъци за финансовата 2017 г. е приблизително 10.65 млрд. евро при приходи от 98.678 млрд. евро. Към 31 декември 2017 г. работната сила на BMW Group възлиза на приблизително 129 932 служители.

Успехът на BMW винаги се е градил на дългосрочно мислене и отговорни действия. По тази причина компанията е изградила екологична и социална устойчивост по цялата верига, пълна отговорност за продуктите и ясен ангажимент за опазване на околната среда като неделима част от стратегията си.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>