松元史明：我们的成功源于顾客的信赖

本报综合消息 2010年9月8日，东风日产在北京举行了第200万辆整车下线仪式暨东风日产自主品牌“启辰”发布会。东风日产成为累计生产200万辆速度最快的车企。在活动上，东风日产总经理松元史明自豪的表示：“正是因为顾客对我们的信赖，购买了我们的产品，才使我们达到了200万辆的业绩。所以首先允许我在这里感谢200万名东风日产车主们。200万辆，不仅仅是数字的累积，更是实力的证明。”

而与下线仪式同时，“解析品质管理 鉴证卓越实力”——东风日产2010年品质体验展示同期隆重举办，向世人解析了东风日产创纪录高速增长背后的秘诀——东风日产所独有的全价值链品质管理体系，并以车内环境品质为例，共同见证东风日产在品质管理方面的实力。

全价值链管理 “速度神话”得益品质保障

在接受记者采访，被问及有关新品牌“启辰”的话题时，松元史明说到：“经过7年发展，东风日产的累积产销已经达到200万辆，非常感谢很多喜爱东风日产的朋友和消费者。同时，我们不敢说跟其他品牌相比有什么优势，东风日产只是更专注于自己的梦想与事业。我们的目光更多聚焦于为消费者提供更好的服务和产品上，用全心全意去打造东风日产的优质服务和产品，并让更多的消费者享受到。”而在之前的东风日产玛驰上市发布会上，松元史明也同样提到了“客户至上”理念的重要性，“东风日产的每一位员工，所有的经销商、专营店以及供应商都做了很多充满挑战的工作。我们每个人的工作都必须站在客户的角度，以‘客户至上’的理念来开展。”

而实际上，也正如松元史明所说，作为成立最晚的乘用车行业“200万辆俱乐部”成员，东风日产“又好又快”发展的背后，是企业对优质服务和产品的全心全意，是对整个全价值链的严格把控。

凭借日产全球标杆的制造品质、让顾客感动和惊喜的设计品质、超越期待的服务品质、顾客至上的市场品质，东风日产在制造、设计、服务、市场等涉及汽车产业的每个环节，都以趋零故障为目标，建立了一套完整的品质管控机制——全价值链品质管理。对此，汽车行业专家认为，很多车企把质量管理的重点放在工厂内，东风日产则重视在产品价值链的各个环节进行全程品质管理，这种方式更有利于保证产品品质的稳定。

放眼未来 为更高目标而奋斗

对于汽车企业来说，200万辆不仅仅是数字的累积，更意味着高品质的坚持和消费者的认可。但东风日产的目标也远不止于此。松元史明表示：“放眼将来，200万辆只是我们征途中经过的一个制高点而已，现在要以200万辆作为新的起点，朝着更高的目标奋斗。”

回顾今年上半年，虽然中国汽车市场仍然保持着高速发展的态势，但汽车厂商间的竞争也越发激烈，甚至有分析家表示，中国的汽车市场正在逐渐步入“相对过剩”的时代。越是在严峻的市场背景下，优质的产品才能表现的越出色。今年上半年东风日产完成了全年销售任务(全年目标60万台)的55%，与上海通用、一汽大众成为目标达成率最高的三家企业；SUV“双子星”奇骏和逍客在6月首次突破万辆，东风日产也因此成为中国乘用车行业唯一一个同时拥有五款月销超过万辆车型的厂家。

随着中国汽车市场竞争的日趋激烈，技术的进步与品质的提升已成为汽车企业持续发展的重中之重。无论是七年的时间产销增长了七倍，还是始终保持三倍于行业平均速度的持续增长，东风日产的成长传奇始终以品质为基础。业内专家分析指出，从0到100万辆，再到200万辆，东风日产取得的成绩绝不仅仅是在时间、数字上屡创记录，而是质与量同步跨越让企业形成了稳健成长的健康态势和领先行业的竞争优势。

在本次第200万辆整车下线仪式上，松元史明向媒体透露：“1-8月份，东风日产的销量达到了43万辆，今年60万辆年度销售目标的达成肯定没有问题，因此我想下一个200万辆的实现不会超过3年。我们把精力集中在满足中国消费者、真实把握中国消费者需求、打造让中国消费者喜爱和拥护的品牌上。”

小钱办大事

自驾游车型及线路推荐

本报综合消息 随着“十一”长假临近，时尚精英们早就将史上超长假期的自驾游攻略准备得无懈可击了：预订食宿宾馆、规划旅游路线、车况检测等等。为了给务实主义者们提供最具性价比的旅游方略，记者在此以3条经典自驾游线路为例，给大家推荐一款无懈可击、绝对省油、绝对值得信赖的自驾游好车——华泰圣达菲。

说到选车，SUV的多功能性绝对是最贴合自驾游需求的，但许多车主还在因为其高油耗望而却步。其实孰不知现在部分知名SUV厂商通过采用世界先进发动机技术，早已将SUV的油耗控制到了与轿车相当，甚至比A00级微车的油耗还低的水平。

除此之外，记者还以百公里油耗为10升的车型计算，965km的行程需要加96.5升的柴油，单程燃油费用为627元。这样算下来，华泰圣达菲比一般的SUV节省了38%的燃油费用，即238元油费，往返光燃油费就可节省将近500元，省下的钱可以在山西多买些特产和纪念品了。

而在燃油费方面，成都到拉萨累计行程2169公里，华泰圣达菲单程大约需要134升柴油，燃油花费为874元；而百公里油耗10升的车型单程则需要燃油217升，即花费为1410元。华泰圣达菲比百公里油耗10升的车型单程可节省536元，往返可节省1072元。也就是说，自驾游旅程越长，在圣达菲身上节省下来的燃油费越为可观。而利用省下的这一千多元油费，自驾游车友们完全可以多玩两天，有更充分的时间饱览美景。

2010款全新REIZ锐志 震撼上市

本报讯 2010款新锐志已于近日登陆三亚丰正华丰田4S店、海口丰正华丰田4S店和海口日之星丰田4S店，秉承“锐意进取、积极向上”的品牌精神，2010款新REIZ锐志全面强化安全、稳定、舒适等性能，实现了向更高境界的“华美锐变”，集中诠释了“中高级舒适动感座驾”的品牌诉求。

安全呵护 跃然新境

2010款全新REIZ锐志在安全性能进行了全面提升。主动安全方面加装预碰撞安全系统、自适应雷达巡航控制系统、倒车影像显示系统和车侧影像显示系统等领先配置。被动安全装备方面，采用TOYOTA独有的GOA车身设计，配备预紧限力式安全带、主动式头枕以及9个SRS空气囊。

至臻操控 随心而动

2010款全新REIZ锐志采用前双叉杆式、后多连杆式悬架系统，并搭载先进的车辆动态综合管理系统(VDIM)、自适应可变悬架系统(AVS)、可变齿轮比转向系统(VGRS)等装置。

时尚外观 华美呈现

2010款全新REIZ锐志调整了车门截面、行李箱周边、前后轮眉等设计，风尚版车型更增加了运动包围设计，采用18英寸铝合金轮毂和235/45R18轮胎。全新REIZ锐志还新增冰钛金属色，6种车身颜色为消费者提供了更多时尚选择。

澎湃动力 卓尔不凡

2010款全新REIZ锐志保留FR前置后驱、Dual VVT-i V6发动机、手自一体式6档自动变速箱等经典配置，增方向盘换档拨片和多种行驶模式。优化改善核心部件，将推荐使用油品标号由97#降至93#，全面提升燃油经济性。

全面升级，华美锐变。2010款全新REIZ锐志必将掀起国内中高级轿车市场波澜，成为未来中高级轿车市场竞争中最引人注目的实力战将。海口日之星丰田4S店、三亚丰正华丰田4S店和海口丰正华丰田4S店欢迎广大朋友莅临赏车。

Ix35节油自驾 畅想低碳新生活

本报讯 2010年4月9日北京现代ix35全球首发以来，在海南市场的SUV潜在客户中已经吸引了很多人的关注。ix35作为北京现代全新打造的SUV产品，以其出色的产品性能和流体雕塑设计理念的外观博得了车主的一致好评。

9月22日，海南京诚北京现代特约店组织广大ix35车主，举办了海南京诚北京现代特约店今年的第二次自驾游——北京现代ix35金沙岛之旅。让大家纵情于秀美椰风海韵之中的同时，尽享惬意的自驾游生活。本次活动共有18个ix35车主携带家人与多家媒体共计60多人参加。

由18台ix35组成的自驾游车队，沿途成为一道亮丽的风景线，引起路人驻足观看。全程往返160公里的行驶路段有高速、国道、县道、山路等，虽然路况较为复杂，但客户优秀的驾驶技术加上ix35的出色性能保证了大车队顺利到达了预定地点。在海口演丰镇，海南京诚北京现代特约店举行了八卦阵压气球、绕桩打气球、绕桩大投篮等一系列车友趣味竞技PK活动。

午餐过后稍作休息，大家就朝着金沙岛出发，开始又一轮征战。金沙岛又名“情侣洲”，是海南省文昌东郊近海的一座移动小岛，涨潮时会被淹没，退潮时就露出金灿灿的沙滩。下午，车友们在这里组织大型拖网捕鱼、滨海拾贝、沙滩挖螃蟹等活动，大家既饱览了秀美风光，又体验了海南渔家浓浓的文化底蕴。

在此次自驾游活动中，还穿插了“节能节拍我先行”Ix35节油比赛，让车主在同等路况下进行评测，最终由车牌号是琼AAD650的赵先生综合状况行驶百公里油耗不到7升，成功摘得桂冠，获得2000元油卡大奖。赵先生表示出来玩已经很惬意了，在玩的途中还能获得节油大奖更是喜出望外。

22日正好是中秋佳节，当晚，海南京诚北京现代特约店在灯火通明的白金海岸还特地为ix35车友们举行了“2010北京现代ix35车主·自驾游晚会”，多才多艺的ix35车友们欢聚一堂，或引吭高歌、或翩翩起舞，期间还饶有兴致的玩起了各种小游戏，而当天开展的节油比赛和竞技PK的颁奖活动将晚会推向了高潮，现场气氛异常热烈。最让人印象深刻的是创意环保彩妆秀，大家利用破报纸、易拉罐、树枝、树叶、线绳、塑料袋等来装扮自己，现场超级搞笑。晚会的尾声是以家庭为单位集体放飞孔明灯，大家还在孔明灯上写上心愿，然后放飞祝福。

自主品牌闯高端 殊途能否同归？

本报综合消息 众所周知，中国的中级车及高端市场一直被合资企业以及进口车型所占据，而海马汽车进军高端市场的思路与其他厂商都有所不同。首先海马汽车没有另立高端子品牌，也不借用已有的高端车型，而是在原有的品牌之下直接推出中高级车型。

众所周知品牌要上行，产品力是最重要的一环。作为一家拥有23年造车经验、15年合资经验的老牌车企，多年的合资经验为海马汽车提供了扎实的研发生产技术基础，使其在自主品牌广为人所诟病的品质和性能方面，就已经占领了先机，为旗下首款中高级SUV——海马骑士的面世提供了充足条件。

其次，独辟蹊径地从SUV切入中B级车市场，则是海马汽车高明的战术选择。在此之前，纵观各大自主品牌，无论是推出高价的高端车型，还是发布高端子品牌等，都无一例外地选择以轿车进入B级车市场。然而在轿车这个发展相对成熟、竞争异常激烈、消费者品牌忠诚度相对较高的市场“红海”，自主品牌面临着巨大的阻力。与之相对，处于高速增长阶段、存在巨大市场空白的中高端SUV市场，无疑是一片“蓝海”，令自主品牌有更充裕的空间、更大的机会“向上走”，从而突破“品牌天花板”。与此同时，海马骑士的价格区间在10-15万，这恰恰是合资与自主品牌都未关注到、但又存在巨大发展空间的空白市场。这正是海马骑士成功的契机所在。

海马骑士以“行政级SUV”的高端定位上市之后，迅速启动了“海马骑士之旅”产品体验系列活动，先后开展了“木兰会猎”、“华山论剑”、“岭南品驭”、“青城问道”等范围遍及全国，并结合多种路况的试驾活动，全方位展现了其强大的产品实力。而“海马骑士之旅”的高潮在于最后一环——“丝绸之路骑士之旅”，借势丝路申遗，海马骑士穿越亚欧大陆，沿古丝绸之路从西安一路向西抵达罗马，行程逾1.5万公里，全路况、全天候极限使用考验，足以体现海马骑士专业SUV的强悍性能。

坚持品牌先行，在优秀产品力的基础上，海马汽车为骑士量身定做的“海马骑士之旅”系列营销活动让骑士的品牌形象得到了极大的提升，“行政级SUV”概念深入民心。至此，海马骑士10-15万元中高级SUV的身份已经得到了消费者的充分认可。

小结：在情感上，国人都希望中国自主品牌能够茁壮成长，甚至最后走向世界，在国际上拥有自己的地位。要做到这一点，开发高端市场是必不可少的。虽然国内自主品牌突入高端市场的思路各不相同，但我们相信“条条大路通罗马”，无论走的是什么路，我们都希望中国自主品牌能够殊途同归，在高端市场一起笑到最后。

中兴汽车钜惠7000元

本报讯 日前，中兴汽车有限公司对外宣布，在中秋、国庆佳节到来之际，为答谢广大用户对中兴汽车的支持与厚爱，特推出“礼悦国庆·惠满中秋”活动。9-10月期间，通过购车优惠和三重大礼两大类活动内容，消费者均可享受到实实在在的优惠。

为回馈广大消费者，中兴汽车对威虎海外版车型推出优惠：威虎海外版柴油车优惠7000元，售价仅为76800元；威虎海外版汽油优惠4000元，只需66900元就可开回家。据了解，威虎海外版是高端皮卡领军车型，该车凭借卓越性价比优势以及大容积的货厢和扎实稳定的底盘性能，畅销海内外，并创下单批6000台汽车出口记录。

除购车优惠之外，所有进店客户也有机会享受到中兴汽车提供的三重大礼，即进店有礼：活动期间所有进店客户，均可获得赠送的精美小礼品一份；试驾有礼：试驾威虎皮卡和无限SUV车型的消费者，将获赠高档月饼1盒，或其他等值礼品；购车有礼：活动期间购买威虎皮卡和无限SUV车型的用户，即可获赠2000元车辆装饰或其他等值优惠。

“礼悦国庆·惠满中秋活动”旨在回馈广大用户，同时也将以更大的力度促进产品的销售，冲刺金九银十。中兴汽车负责人介绍：“优惠促销活动，主要是为了答谢新老用户的支持与厚爱，尤其在秋冬季节，购车用户增加，希望通过本次活动的开展，给用户带来实实在在的回报。同时，也希望让广大消费者感受到，在金风送爽的收获季节，有礼有惠，温馨相伴。”

帝豪EC7 CVT欧标之上再超越

通过国际最高权威性的考验

众所周知，欧洲标准认证几乎是汽车的高品质标签，其严苛测评标准为我们广大车主严守质量的大门，在欧洲乃至国际上具有很高的权威性。而在中国自主品牌汽车中，能够全系通过欧洲标准的，首推吉利帝豪EC7系。在经过一段时间的市场考验后，帝豪EC7的销售成绩一路上扬，其高品质已经毋庸置疑。帝豪EC7 CVT经历了蚕蛹破茧成蝶前的艰辛，延续了欧洲高标准的高品质特点，并趋于完善，而今它已振翅飞舞，为我们演绎一曲华丽的品质乐章。

以欧洲标准严以律己

作为帝豪EC7车系家族一员，帝豪EC7 CVT继承了“欧洲标准”的高贵血统。

在欧洲质量标准上，帝豪EC7 CVT具备国内自动化程度最高，设备最先进的生产线。进行跨国合作，在世界范围内引进最优质的技术和物质资源，确保了帝豪EC7 CVT作为国内第一款欧标车的产品核心价值及优异的市场竞争力。在欧洲环保标准上，帝豪EC7 CVT整车材料回收率达到欧洲最新标准要求，排放达到欧Ⅳ标准要求。欧洲安全标准上，帝豪EC7 CVT严格按照超前的行人保护碰撞标准——流线型前车身设计，缓冲材料的应用，车身高度的合理比例，符合国际安全新标准。

此次帝豪EC7系自动挡搭载了源自比利时Punch(邦奇)自动变速箱有限公司生产的VT2型CVT无级变速器。CVT无级变速箱克服了传统变速器“突然换挡、油门反应慢、油耗高”等缺点，行驶起来更为顺畅、省油、平滑，堪称变速箱领域的革命性突破。与传统的MT(手动)变速箱和AMT(手自一体)变速箱相比，节油和操控性能也更为突出。

股神巴菲特 造访比亚迪背后

■ 小菜

这几天，巴菲特很忙。

27日他在深圳参加了比亚迪的经销商大会、比亚迪与南方电网签约仪式、比亚迪汽车第100万辆下线暨F3DM全国巡回上市启动仪式，接下来3天时间里，巴菲特还将参观比亚迪的研发基地、出席慈善晚会……

日程排得很紧，但巴菲特绝不是旅游来了。从一位八十高龄的投资大师，在晚年毅然打破不投新兴产业惯例，亲自参加“新能源领导者”比亚迪的系列活动来看，巴菲特的中国行或许有着更深层的含义。

耄耋之旅

几周前，巴菲特刚刚度过了自己的80寿诞。生日那天，巴菲特表示自己打算工作到100岁。对一位拥有近乎完美一生的老人来说，80岁该是乐天安命，好好打理身体，自在享清福的年纪。巴菲特却不远万里，飞越半个地球，来到这个在他看来充满投资机遇的国度，在比亚迪的陪同下来一次黄昏旅行。

据说行程的80%，巴菲特都安排给了比亚迪，不能不看出巴菲特对比亚迪有着莫大的青睐。当然，比亚迪不会天真的以为这仅是出于感情因素，毕竟它面对的是一位享有半个多世纪“股神”美誉的投资大师。

2009年1月，在北美底特律车展上，巴菲特与王传福第一次会面，还佩戴上比亚迪的LOGO，表示自己将是“BYD”中的一员。这次行程，巴菲特将分出一天半的时间参加一系列比亚迪安排的活动，还将参观比亚迪在深圳葵涌、坪山和惠州的三个研发制造基地，

在80岁高龄仍身体力行，参加投资对象的系列活动，一定程度上体现了巴菲特对这笔投资的重视，以及对比亚迪的看好。

投资大鳄迈出新步伐

巴菲特旗下的伯克希尔哈撒韦是一家世界著名的保险和多元化投资集团，投资经营业务遍及珠宝、糖果、饮料、剃须刀、媒体等，主要是一些民生相关较大的稳健产业。这种投资结构与巴菲特“不熟不做”、“偏爱传统企业”的投资习惯不无关系。

但巴菲特能在80岁高龄投资比亚迪这样的代表未来新能源发展方向的企业着实不易，这意味着其有意在投资生涯的后半程引领公司在新的投资领域进行大胆尝试，往新兴产业转型。从抄底中石油到斥资18亿入股比亚迪，巴菲特的能源战略已现端倪。而这与比亚迪的三大绿色梦想电动车、储能电站、太阳能电站不谋而合。

首先，在电动车方面，F3DM全国巡展的展开、启动分站上市、e6累计运行60万公里、新能源车销售资格授权，系列里程碑式的举动无不证明了比亚迪在这一领域的领导地位。

其次，在储能电站方面，基于先进的铁电池核心技术，比亚迪电池储能电站可以满足能源存储、削峰调谷的需求。从长远看来，将给电网储能领域带来革命性的技术更新，具有巨大的社会效应和经济效应。

最后，在太阳能电站方面，比亚迪采用独创的技术和工艺，解决了一直严重制约太阳能产业发展的硅片生产供应问题，加速了太阳能发电普及过程，对新能源产业健康发展具有重大且深远的意义。

巴菲特坦言，比亚迪在新能源领域“电动汽车、储能电站、太阳能电站”的三大梦想打动了他，他认为比亚迪是当代中国最了不起的公司，此次中国之行更是坚定了他对比亚迪的投资信心。

紧随其后的国际资本

事实上，巴菲特造访比亚迪并非特例，近日有媒体报道称国际投资大鳄罗杰斯在与众泰集团接触，并在上海试驾众泰纯电动车。从这个意义上来说，巴菲特造访比亚迪对整个投资界都具有风向标意义。

一位行业观察家表示，中国的新能源市场方兴未艾，这其中蕴含着大量的机遇与挑战，随着相关法规政策的不断完善，中国新能源产业布局将逐步清晰，真正的投资热潮也许还在后面，但有胆识、有眼光的国际资本绝不会轻易放弃这个难得的历史机遇。

2009年底特律车展期间，巴菲特与王传福首次正式会晤。巴菲特表示比亚迪作为中国汽车业的后起之秀，不仅在研发和生产领域取得了长足的进步，推出了具有国际水准的燃油汽车，还在新能源汽车尤其是电动汽车的发展上走在了世界的前列。他对比亚迪及王传福所带领的团队信心十足，并认为未来会有大批像比亚迪一样的中国技术型企业崛起，中国未来会是国际资本的一个首选投资目的地。