

福田雷萨2月出口激增

商混黑马世界舞台初露锋芒

本报综合消息 根据福田雷萨2012年官方销售数据显示,截止到2月底福田雷萨已与阿尔及利亚、玻利维亚、老挝、所罗门乌拉圭等7个国家签订了10台泵车、20辆搅拌车的产品出口订单,迎来产品出口的“开门红”,成功带动各国市场的连锁购买力。2012年是福田雷萨践行福田汽车“2020战略”的第二年,随着本土市场的不断稳固和开拓,福田雷萨比人们预想的更早、更成功地试水国际市场。

福田雷萨认为,商混机械的本质是生

华泰汽车超长保修期

提前践行“汽车三包”

本报综合消息 在经历前两年中国车市的热火以后,自主品牌面临着市场增速大幅下降、优惠政策退出以及合资品牌渠道下沉等诸多严峻的挑战,提高产品质量和服务品质,消除自主品牌“价低质次服务差”等品牌劣势,成为自主品牌的当务之急。

而随着“汽车三包”呼声的越发高涨和汽车保修即将“有法可依”时代的来

全新CR-V订单火爆

SUV市场严阵以待

本报综合消息 说到城市SUV,相信CR-V一定会在第一时间进入人们的脑海,因为CR-V在近年来经历了太多的辉煌与赞誉,无论是新车关注度,还是不断的销量奇迹,都让CR-V在成为SUV市场上关注度最高的车型。2月22日,全新CR-V闪耀登场,城市SUV王者新生,对于竞争对手来说,本来就竞争白热化的SUV市场再次显得风声鹤唳。

全新CR-V上市后的表现完全出乎意料。记者从东风Honda官方获悉,上市不到半个月,全新CR-V订单已经突破2万份。全新CR-V上市即热销的市场基础在于CR-V长期以来无懈可击的消费者口碑和强大的品牌力。自CR-V进入中国以来,城市SUV市场的兴起和发展就与这款车型息息相关。无论是2004年的第二代CR-V,还是2007年的新世代CR-V,都代表着城市SUV发展的最新趋向。由CR-V引领的城市SUV市场也不断取得壮大,



近日,一汽丰田汽车销售有限公司(以下简称:一汽丰田)旗下的油电混合动力车型全新PRIUS普锐斯隆重上市,在新能源汽车市场掀起不小的风浪。为使广大消费者尽早了解全新PRIUS普锐斯的时尚尖端科技,体验其与众不同的驾乘乐趣,一汽丰田将于3月-7月间,在全国11个城市举办体验活动。

一触心动

驾驭未来

全新PRIUS普锐斯

全国城市试驾会

火热进行

本报广州电 3月9日,活动自广州移师深圳,在十天的体验中,全新PRIUS普锐斯以时尚靓丽的造型、人性化的科技配置给深圳消费者留下了美好的印象。

最新鲜的体验

本次体验活动分为静态展示和试乘试驾两部分。在静态展示中,全新PRIUS普锐斯出众的外观和充满高科技元素的内部空间,为参观者带来了极大的视觉震撼。标志性的三角楔造型使得全新PRIUS普锐斯充满了科技美感,犀利的闪电式前大灯、光华璀璨的LED组合式尾灯、车身多处油电混合动力车型特有的协同蓝标志……绕车一圈,众多靓丽装备无一不为全新PRIUS普锐斯贴上了领先一代的身份标签。

进入全新PRIUS普锐斯车内,首先感觉到的是空间宽大,三角楔造型使得头部空间更加富裕;2700mm的轴距,后排乘员可以轻松翘起二郎腿。坐上驾驶席,引入眼帘的是充满非对称美感的悬浮式中控台和16色新变现实3D环保驾驶辅助监视器,让人仿佛置身太空飞船的驾驶舱内;随处可见的叶脉纹理设计,湛蓝色波式档把,通过科技美学将全新PRIUS普锐斯环保理念自然诠释;8向电动调节、2向电动腰部支撑的包裹式座椅,丰富的储物收纳功能和大容量的后备箱空间,将全新PRIUS普锐斯蕴含的高价值一一呈现。

独一无二的驾乘乐趣

全新PRIUS普锐斯采用了全面升级的THS-II(第二代丰田油电混合动力系统),

其核心的油电混合动力系统进行了全面优化,这使得全新PRIUS普锐斯拥有了超越同侪的驾乘品质和独一无二的驾驶乐趣。

通过技术的革命性升级,全新PRIUS普锐斯将油电混合动力系统的4大优势:低油耗、强动力、超强静谧性和低排放,再次提升到了一个新的水平。全新PRIUS普锐斯配备1.8L的发动机,但是在混合动力系统的配合下可以实现相当于2.4L汽油发动机的动力性能。起步阶段,电动机迅速达到最大功率,轻盈快捷;加速中,电动机和发动机协同工作,最大功率达到100Kw,强劲有力;过弯时,5.2m的最小转弯半径使得车辆在各种路段都游刃有余;制动时,能量回收装置将每一份能量都收入囊中,锱铢必较。而在整个驾驶过程中,发动机、电动机、蓄电池之间的所有的动力传递路线都在16色3D环保显示屏上及时呈现,让每一位试驾者直观了解到混合动力系统的工作原理和工作状态,增加了驾驶乐趣。

值得一提的是,全新PRIUS普锐斯除常规驾驶模式外,还依据不同的驾驶需求设定有三种驾驶模式——有可将发动机停止运转的仅靠电动机行驶的“EV电动驾驶模式”、进一步提升燃油经济性的“ECO节能驾驶模式”和追求强劲动力输出的“PWR动力驾驶模式”。尤其是在纯电动行驶模式下,发动机处于停止状态,有效控制了发动机噪音的产生,更可实现尾气“零排放”。而每一次驾驶模式的切换都会中央显示屏上有对应的标识,有助于体验者区别其中的不同,更是在提醒人们尽量采用绿色驾驶模式。

本报综合消息 近日现代透露,自1月11日发布专为中国车主量身定制的“至尊保障服务”以来,雅科仕、劳恩斯 的咨询量、成交量明显上升,现代也将兑现自己的承诺,首批100名“吃螃蟹”的雅科仕、劳恩斯车主及其家属,将于3月28日至4月1日期间,率先享受到现代提供的“韩国至尊关怀健康游”服务——畅享韩国首尔、大田、济州岛等地风景名胜与特色美食,体验韩国国际领先的健康体检或美容体验,同时还还将走进现代汽车牙山工厂,零距离见证现代汽车产品的诞生。

据了解,高端车主韩国观光体检至尊关怀健康游,是“现代至尊保障服务”的专属增值服务之一,凡是2012年新购雅科仕或劳恩斯的车主,以及在今年成功介绍朋友购车车主的原雅科仕、劳恩斯车主均可享受这一尊崇服务。除此之外,现代至尊保障服务,还涵盖“残值保障服务”、“事故新车更换服务”、“5年不限公里数保修”、“上门取送车服务(Home to Home Service)”等现代首创的高端服务。

对比不难发现,雅科仕5年不限公里数保修的超长期限,超越了奔驰、奥迪、雷克萨斯等众多豪华品牌,可谓是“史上最长的保修期”,让人忍不住探寻其底气从何而来。

事实上,这不是现代第一次投下汽车服务的重磅炸弹。早在2011年,现代索纳塔8便率先推出了远超同级车的保修期限,引发整个行业服务的升级。上市仅不到5个月,索8已成功在B级车撕开一道裂口,以10342的销量冲进前五,受到市场的广泛认可。

现代是否想借至尊保障服务,让索8的传奇,在雅科仕、劳恩斯身上再度上演?也不能否认这种可能。据了解,

现代发布的至尊保障服务,除涵盖24小时道路救援等大多数豪车的高端服务之外,还推出了事故新车更换服务、最高达80%的残值保障服务、同级车型中最长时间的5年不限公里数免费保障期限、最多20次的免费保养、上门取送车等其它豪华品牌都未曾实施的高端服务。

“我们希望这些服务,能带给高端用户专属的、独特的尊崇体验,能让我们成为用户贴心的旅途伴侣,这是现代豪华品牌的价值所在”,在发布会现场,现代汽车(中国)整车销售本部本部长金善发如是说。

事故新车更换服务,指的是在客户购车的1年内,客户在驾驶过程中由于对方的主要过失(对方过失超过50%)导致车辆与车辆之间发生交通事故,维修费用达到车辆购置价的30%以上,并在事故发生后的60日内要求更换新车的,现代汽车将为用户更换新车。得说明的是,同级车配置更换新车是免费的,如果要升级配置,补齐差价就可以。

“现代这是下狠心做服务了,这个服务目前还没有哪个豪华品牌做”,一位在豪车市场摸爬滚打多年的朋友表示,“其实,这更多的是一种对用户真诚的人性关怀,有一些用户,对事故车辆在事后有一些阴影,现代在尽力帮助用户消除这个因素”。

有分析指出,现代豪车在中国欠佳表现,吃亏在进入太晚,在美国市场,现代与雷克萨斯、奔驰、宝马有一争之力。现代是近两年品牌价值增速最快的汽车品牌,在美国以品质与服务打开了市场,这次强攻豪车也不例外。

事实确实如此。一个又一个重量级奖项,见证了美国乃至全球用户对现代产品品质与服务的认可,也见证了现代品牌的增值。

法拉利澄清传闻

菲亚特不缺钱无意IPO上市

本报综合消息 法拉利汽车公司董事长Luca di Montezemolo日前在一次采访中表示,法拉利无意IPO上市。

Luca di Montezemolo表示:“目前公司并没有将法拉利IPO上市提上议程,我

们也没有任何上市的计划,菲亚特汽车公司并不缺少资金,而10年以后的情况现在只能说是未知数。”去年曾一度有传闻称,菲亚特已经与意大利国内以及国外的多家投资银行就启动该公司旗下法

拉利品牌IPO上市一事进行了协商。

意大利UniCredit银行分析师去年7月份时曾估计,按照豪华品牌上市的规律,法拉利首次公开募股IPO市值或高达44亿欧元(63亿美元)。

探秘逆市增长

东风日产打造创新“赢力量”

本报综合消息 2012年3月9日,中欧商学院组织能力建设学习联盟一行50余名师生走进东风日产,剖析东风日产创新成长的“赢力量”。东风日产高管们把企业管理创新的方法论从体系竞争力和企业文化等方面进行了深入解读,用实践经验讲述如何不断将创造性的思想转换为有用的产品、服务和流程制度。

任勇表示:“从1999年风神时代的白手起家,到2003年起步较晚的合资,到2008年的金融危机,再到去年的多种不利因素,东风日产大幅增长的背后每一步都异常艰辛。我们只有不停地创新,通过创新实现资源整合、流程再造、文化融合,才能最终实现‘领先半步,步步为赢’。创新已融入东风日产人的灵魂,它

是东风日产最基本的发展观,也是企业不断挑战最高目标、化不可能为可能的赢力量。”

早在2005年,东风日产在组织机构上已实现全价值链的部门设置,中日双方高层的责任分工开始转向“适人适事”的原则。经过这次机构调整后,强化了事业部战略执行力和经营运作力导向,形成了事业部快速反应和灵活高效的运行机制。

2012年初,东风日产又开始了以市场营销总部大区管理体制变革为主的组织体系调整,让区域市场管理更贴近市场。将原来只按职能进行划分的单一维度转变成:品牌轴、地区轴和职能轴的三维管理体系。

对学员们关心的企业文化整合创

新问题,东风日产高管们坦言,2004年东风日产遭遇合资文化融合的困难。为了快速走出“阵痛”,东风日产归纳了217个问题。并于2005年11月,出炉《东风日产行动纲领》,把中日双方优势吸收到东风日产文化肌体中。2009年,东风日产再度启动文化整合机制,发布《东风日产高管宣言》,进一步贯彻行动纲领精神。

对于这样一个能持续增长,并不断创新、突破瓶颈的企业,中欧商学院杨国安教授这样评价,东风日产通过管理创新,为企业打造出“领先半步,步步为赢”的赢力量,实现九年来以平均三倍于行业的攀升速度持续增长。这在中国汽车行业,乃至世界汽车发展史上都是值得写进商学院教材的经典案例。

曾庆洪献计两会:

自主图强需国家政策扶持



本报综合消息 连续三年产销全球第一,让中国开始憧憬从汽车大国到汽车强国的“蜕变”;但现实的差距却远非想象般乐观,按照工信部部长苗圩提出的汽车强国的三个标志,我们现在仍缺乏具有国际竞争力的世界品牌,对核心技术和新技术的发展趋势的掌握尤为欠缺,自主创新能力更是亟待加强。怎么能又快又好地走上汽车强国之路,成为众多行业人士关注的热点。日前,全国人大代表、广东省汽车行业协会会长、广州汽车集团股份有限公司总经理曾庆洪在“两会”上针对建设汽车强国问题发表了自己的看法。

凭借广本、广丰的成功合作,让广汽集团声名鹊起的曾庆洪认为,中国已经具备成为汽车强国的优越条件,但资金和人才始终是困扰自主品牌发展、阻碍自主创新的瓶颈。技术层面的竞争,归根到底,是研发投入和人才积累的竞争!自

主品牌要发展,除了自己要争气,要舍得在研发上投入,更重要的是政府必须站出来,给自主品牌充当后盾,若在政策上给予更多支持,将会极大鼓舞自主品牌的气,有利于率先培养出一批具有国际竞争力的世界级汽车企业。为此,曾庆洪从专业角度出发,提出了自己的建议。

首先,汽车产业的自主创新具有高投入、高风险、高效益、动态性和复杂性等特征,对财力、物力和人才投入需求大。如果自主品牌要像外资、合资企业那样在产品开发方面投入巨资,这对于正在成长中、产销规模距离合资企业尚有很大差距的自主品牌来说,差距更是越拉越大。而且,自主办企业,生存是首位,若没有政策倾斜,研发上也不敢太多投入。

因此曾庆洪提出,要加大对汽车行业自主创新的财政性资金投入、增大税收政策扶持;通过制定产业、税收、金融、

社会采购等政策,以多种方式鼓励、引导社会资金投入,推动全社会科学技术研究开发经费持续稳定增长;鼓励企业自主研发并给予充分的资金支持。也有这样,技术底子薄、品牌起点低的自主品牌企业才能集中财力,重点突破某些技术壁垒,实现更高效的资金转化,最终弯道超车。

其次,针对人才问题,曾庆洪特意提出政府要加大高素质人才的引进及培养力度,鼓励引进创新人才。

此外,曾庆洪还提出要加强对自主品牌的政策性支持。如在政府采购方面,加大对自主创新的支持,尽快落实《2012年度党政机关公务用车选用车型目录(征求意见稿)》等。若政府明确表态支持自主品牌,以身作则去体验、感受自主品牌的产品,那无疑对社会消费价值观的改变,扩大自主品牌市场份额有积极的促进作用。

谁,是真正的弯道九段。

Mazda3 星骋 两厢/三厢驭弯而来。

向完美说不 Mazda3 星骋

“九段”的称谓,在弯道里,马自达3星骋两厢/三厢全系标配多种模式独立前悬架,多连杆后悬架,精准操控,让每一条弯道都是制胜之道。此外,欧洲E-NCAP和美国NHTSA双五星安全碰撞评级,DSC电子车身稳定控制新系统,安全无忧,才能胜人一筹。

欧洲E-NCAP和美国NHTSA双五星安全碰撞评级

400-800-2777 600-807-2777

www.chana-mazda.com.cn

海口优之杰汽车服务有限公司

海口市南海大道223号(海口高铁秀英站旁)

0898-68640033