

首个中长期战略出炉—— 推进本土化经营 丰田中国动真格



3月,丰田中国发布了“云动计划”,这是丰田中国首次根据中国市场特点自主制定的中长期发展规划。根据这一计划,丰田中国将围绕“环保技术、福祉车、商品、服务、事业、社会贡献活动”等六个关键点,加速在中国的事业步伐。同时,其还发布了代表油电混合动力技术潮流的“双擎”概念,这是丰田在丰田章男“中国最重要”的战略决策上,迈出本土化的重要一步,其本土化经营的决心可见一斑。

三步走战略 节能新能源车上位

当前,节能减排是我国汽车工业目前最为迫切的需求,而混合动力是目前最具备量产条件的新能源技术,节能减排效果明显。丰田不仅是首个在中国市场推出混合动力量产车型的企业,也是中国市场混合动力车型最为丰富的企业之一。

“云动计划”在公布中长期事业发展规划时,明确将新能源车发展列为重点。目标是在今年实现年销量超过100万的同时,为节能新能源车的普及打下基础,并计划在2015年实现搭载国产混合动力总成的混合动力车在一汽丰田、广汽丰田批量化国产,并最终确定以节

能新能源车为主体的事业发展战略,实现节能新能源车在丰田整体销售中占据20%的份额,与之相辅相成的是,丰田旗下将有更多的节能汽车进入中国。

力推混合动力 核心技术本土化

混合动力虽然是一项对环境有益的技术,但由于成本过高,汽车企业对此积极性普遍不足。一直以来,丰田始终是中国混合动力市场的主要推动者。2月22日第三代普锐斯在中国市场亲民上市,就被市场看做是丰田中国力推混合动力消费的努力。此次赋予混合动力以“双擎”这一极具中国特色的名字,表明丰田中国将加大引导消费者的宣传工作。在丰田中国的规划中,未来节能新能源车型将达到其总销量的20%,这将极大地减少对环境的污染,而这一针对中国市场的类似战略在其他跨国车企那里还未看到。

除了积极推动混合动力发展外,混合动力技术的本土化也被丰田中国提到了非常重要的位置。2011年10月落户江苏常熟的中国研发中心(中国)有限公司(TMEC),是丰田全球研发体系中最大规模的研发基地,它就承担着此项任务。

多元化新车 重视中国用户需求

在新车型的推出方面,丰田中国一改以往的稳健低调,表现出更加重视中国用户多元化需求的特点。无论是之前上市的第七代凯美瑞、雷克萨斯CT200h、第三代普锐斯,还是即将上市的86跑车,都体现出丰田重视中国消费者、从中国消费者需求出发的本土化改变。另外,针对中国即将进入老龄化社会的发展趋势以及残障人士等行动不便的消费群体,丰田中国还将积极认真地推动福祉车在中国的发展。

【记者观察】 终于跨出这一步,丰田历史将改写

从世界范围来看,全球市场表现出色的汽车企业无一不重视在中国市场的投入。以2011年为例,通用和大众分别占据了全球汽车销量的前两名,中国市场对其全球总销量的贡献就分别达到了28%和29%;同期丰田中国销量仅占其全球销量的11%。随着丰田中国加大在中国市场的投入,动真格地推出更加适合中国市场的自主战略,未来丰田在中国市场将迎来蜕变,同时也将对丰田的全球表现产生积极影响。 记者 王时静

公务车新机遇—— 分羹公务车市场 自主品牌拼实力



2012年伊始,工信部发布的《2012年度党政机关公务用车选用车型目录》(下称“《目录》”)让自主品牌如沐春风,业界纷纷称“自主品牌发展的春天到来”。但也有不同观点认为,公车消费占国内汽车消费的比重不足1/10,本次公车选用自主品牌最重要的意义在于其“垂范作用”,对品牌市场份额推进并不会有明显提升。

业界分析称,就算已入围公车目录,对自主品牌来讲最需要提升的依旧是——实力,包括产品、技术、售后服务等,只有具备上述实力才能在激烈的市场竞争中,从合资品牌已占领的市场中分得一杯羹。

机遇垂青“有准备的企业”

毋庸置疑,本次《目录》的公布对自主品牌企业的发展是一个巨大的机遇,但机会不等于销量,更不等于利润。即便是这样送上门来的机遇,那也是给“有准备的企业”。

本次公车采购目录共包含奇瑞、上汽荣威、比亚迪以及吉利等共计412个汽车品牌,全部为自主品牌,并且都是1.8升以下、售价18万元以内的轿车。在国内,有少数自主品牌车型符合上述“双18”要求,例如上汽乘用车公司的荣威和MG两大品牌旗下的部分车型。

上汽集团合资公司上海大众、上海通用可谓风头出尽,然而作为乘用车公司的两大自主品牌并未获得长足发展,无论品牌还是销量,近年来均没有太大起色。其实,上汽荣威和MG两大品牌无论产品质量、技术实力还是售后服务,都完全具备了与合资品牌产品抗衡的实力,而它们的最大优势还在于,比合资品牌更了解中国人的汽车消费习惯。无论是荣威750、荣威550都完全符合《目录》“双18”的要求,从这一点上讲,以上乘用车公司为代表的自主品牌车企早已做好准备,迎接这一腾飞的机遇。

上汽荣威以实力“参赛”

今年的公车选车目录全部锁定自主品牌,是政府部门对近年来国内自主品牌发展的极大肯定。如果说自主品牌此前因品牌弱势而受价格歧视的话,那本次入围《目录》则是对其产品高性价比的肯定。

近年来,上汽荣威品牌基本代表了自主品牌在中级轿车领域的最高造车水平,它主打1.8T发动机,16.28万元的起始价格,以及多达7款车型的丰富选择,成为了此次公车采购市场上最有利的竞争者。去年4月,荣威获得“中国汽车工业

科学技术奖”最高殊荣——特等奖,标志着自主品牌的技术能力达到了国内最高水准,产品的含金量被量化为最高水平。今年2月19日,上汽荣威550自主研发项目获得2011年度国家科学技术进步二等奖,这具有里程碑意义,是中国汽车自主品牌乘用车首次以整车形式获得的国家最高科技奖励。有“全时数字轿车”之称的荣威550,自2005年以来获得31项发明专利,形成了790项技术规范,取得了19项国家技术认证。

【记者观察】 让星星之火呈燎原之势

在相关实施细则中,规定申报公车采购目录的企业必须“具备持续的整车技术研发和产品改进能力,设有产品研发机构,近两年企业研究开发费用支出占主营业务收入的比重均不低于3%”,这样的条件,似乎决定了在公车采购市场的“自主”博弈中,只有像上汽、吉利等“愿投入、肯坚持”的企业才能真正笑到最后。

虽然公车费用每年均以千亿元计,但公车消费毕竟只占市场份额1/10左右,在入围公车采购目录后,自主品牌应该让这一星星之火尽快呈燎原之势,让更多的央企、国企以及其他企事业单位等都参与到自主品牌汽车的队伍中来,形成选购自主品牌的主流氛围,众人拾柴才能火苗高。 记者 牛莉

东风日产 全YOU家轿 给你幸福

春季购车,东风日产全车系最高优惠25000元,家轿全系加赠5000元购车大礼包

轩逸、阳光、骊威:2012家轿领航版上市,搭载3G多媒体导航系统

阳光、骐达同级车, CVT独享3000元国家节能补贴

轩逸:购车即赠送价值1980元的延长保修期服务

皆大“换”喜,无忧畅行:任意品牌二手车置换东风日产新车,将高价回购冲抵新车款

感心·悦心服务大行动:保养有礼,轮胎降价还送四轮定位

SUNNY 阳光 越级家轿

SYLPHY 轩逸 旗舰家轿

LIVINA 骊威 全能家轿

本活动解释权归东风日产四川各专营店所有

东风日产-2012家轿领航版,携全新“多媒体导航系统”精彩登场,敬请莅临品鉴

- ◆7寸宽屏触控 ◆智能语音导航 ◆USB、TF卡输入多媒体娱乐 ◆高保真倒车影像(可选)

轩逸·阳光·骊威 款款精彩

体面之**优** 大气外观,卓领同级长宽高尺寸,轩昂气势,体面过人 品质之**优** 设计、制作,检测三维度高品质,一直坚持,深得你心
宽适之**优** 宽大空间舒适内饰,最长轴距越同级,悦享惬意驾乘 节能之**优** 先进动力,打造最佳燃油经济性,环保节能,绿色出行

SHIFT_the way you move



技术日产 人·车·生活

东风日产

成都汇京 028-85061999
成都建国 028-85951313
成都启阳 028-62808877
成都启阳大丰 028-83910777

成都三和金牛 028-87593388
成都申科蓉 028-85770789
成都申蓉兴泓 028-68613918
成都申升成商 028-84721666

成都港宏 028-85136618
成都港宏成华 028-84215858
泸州百通 0830-8883331
乐山联合 0833-2697777

攀枝花启阳攀西 0812-8880988
达州新川 0818-2252333
眉山超越 028-38665999
内江星和 0832-2203388

东风日产乘用车公司
地址:广州花都区风神大道9号
服务热线:800 830 8899
手机热线:400 830 8899
网站:www.nissan.com.cn
www.dongfeng-nissan.com

TEANA 天籁 SYLPHY 轩逸 SUNNY 阳光 TIIDA 骐达 LIVINA 骊威 MARCH 玛驰 MURANO 楼兰 X-TRAIL 奇骏 QASHQAI 逍客 QUEST 贵士 NISSAN GT-R