

品牌报道

福田汽车销量再创历史新高

■ 本报记者 梦 杨

近日,福田汽车年度经销商大会在北京召开,福田汽车发布了企业 2010 年的经营业绩及企业的新标识。新标识最大程度地保留了下“钻石”标识核心设计理念,又从视觉上强化了“钻石”的立体视觉感,蕴含了福田汽车对顾客 360 度的人文关怀和成就人·车·自然的和谐之美。

福田汽车2010年整车销售突破68万辆，销量再创历史新高。得益于福田汽车坚持“内涵增长·结构调整·全球化”经营方针，围绕“商业模式、科技创新、管理创新、人才开发”创新性地开展工作，为福田汽车的全球化发展打下了坚实的基础。福田汽车一直致力于结构调整，高端产品的销量和占公司业务的总体比率持续增长，欧曼、奥铃和迷迪等高端产品逐步成为带动福田汽车销量增长的主要力量。

商业模式是组织实现赢利的途径和方法。在商业模式方面,福田汽车的重点之一是建立市场创新中心,通过加大终端投入,全面推进行销方式,实现从“品牌营销”向“品牌营销+行销”转型;在吸收4S店销售服务模式基础上,引入“6S”理念,增加产品展示及专业培训功能。通过商业模式创新,福田汽车创建了产品和服务方面高效率的系统,提升了整个公司的产品销售能力,从而能够实现顾客价值的最大化。

目前,商用车用户,特别是中高端产品的用户群体结构已发生较大变化,客户规模逐步集中,零散用户比重下降。以主动开发、最大化扩大客户来源为主线的行销销售模式,成为了福田汽车市场终端主要的销售方式。这种商业模式成为了福田汽车难以被外界复制的竞争力。

在科技创新方面,福田汽车以整车技术开发为平台,整合国内外一流的汽车零部件企业,实现了与美国康明斯公司、英国莲花公司、德国博士公司等世界知名企业的合作,实现了最大化的创新发展。高效、环保、节能的产品成为福田汽车研发和营销的重点产品之一。福田汽车从全球包括美国引进技术人才,开发国Ⅳ、国Ⅴ、国Ⅵ产品,与康明斯合资生产可满足国Ⅳ、国Ⅴ、国Ⅵ排放要求的轻型商用车发动机。

福田汽车积极践行国家的新能源发展战略，在节能减排和新能源汽车上取得重大突破。从2004年起福田汽车陆续投资近10亿元用于新能源汽车的开发，2010年8月28日，成立了可持续新能源国际联盟。该联盟以福田汽车为中心，IBM公司、AECOM公司、伊顿公司、中信国安盟固利公司以及大洋电机有限公司加入联盟。联盟各成员企业将通力合作开发以新能源汽车为核心的可持续交通运输系统并共同推动其实现市场化。自2009年以来，福田汽车连续两年新能源汽车销量突破1000辆，稳居汽车行业第一。

在管理创新方面,福田汽车建立了能够运作世界级品牌的、先进的、独特的“产业集团+SBU”的管理模式,确保了组织“制度方面的领先。这一模式既能够保证大集团的规模效应,又能达到快速响应市场的目的。为了能够提升质量、降低成本,福田汽车吸收了世界先进管理理念,自2001年以来就开始持续推进TPS管理方式,并最终结合自身实际形成了福田独有的FPS自主改善的文化和管理方式,从而使福田汽车在质量、成本以及制造等方面的综合竞争力显著增强。

在人才开发方面,为了保证福田汽车2020战略目标和5+3+1战略的实现,福田汽车面向全球招聘人才,吸引了世界一流的海归专家、学术带头人等加入。在引进的同时,福田汽车还致力于提升人才经营与人才发展文化,搭建人才管理技术平台,完善激励机制,以留住人才,最大化地发挥人才的作用。福田汽车将2010年定位为“人才发展年”,公司致力于创建学习型组织,推进人才发展,实现智力资本最大化,通过各种途径培养人才,福田汽车开创了“周六培训日”活动和“员工素质建设工程”,给员工适时补充职业发展所需要的知识养分,为企业发展提供了智力保证。

创新品牌

和悦杯2010年度十大汽车新闻评选揭晓

2011年1月7日,由新浪汽车主办、江淮汽车协办、全国200多家媒体参与的“和悦杯2010年度十大汽车新闻评选”活动在北京揭晓。这十大新闻分别是:

- 1.吉利18亿美元正式收购沃尔沃
- 2.2010年丰田深陷召回门
- 3.北京治堵方案正式出台
- 4.新能源补贴政策出台
- 5.2010年中国汽车产销世界第一
- 6.多家合资车企发布自主品牌

- 7.江淮欲合资正道造新能源车
 - 8.醉驾将以“危险驾驶”定罪
 - 9.人大审议车船税草案惹争议
 - 10.通用汽车重启IPO
- “十大汽车新闻”评选活动开展以来，风趣幽默的“七宗最”成为了广大网友最为热衷的一个环节。今年“七宗最”新闻结果是：
- 1.最给力新闻——中国吉利与福特汽车签署收购沃尔沃汽车协议
 - 2.最争议新闻——北京治堵方案正式出台

中国移动 MM 计费模式优势明显

来自中国移动互联网基地的数据显示,截至目前,中国移动 Mobile Market (简称MM)累计吸引3500多万用户注册,实现下载量超过1.1亿;开发者方面,中国移动开发者社区注册用户数达110万,累计上架应用程序达4.3万个,打造百万级明星应用程序数百个,精品应用程序覆盖多个平台。

Mobile Market 计费优势吸引了很多人。MM 大多数软件的价格都在 2 至 5 元之间。Mobile Market 销售各类应用程序,鼓励采用“先体验、后付费”的方式,鼓励客户评价和推荐。体验期结束后不满意不收费。这样的定价策略让很多消费者都乐意支持正版的付费软件。初期,客户在下载和使用 Mobile Market 客户端(包括浏览、播放、下载、评论等)过程中所产生的流量费免费。如此的计费模式看似企业的定价策略,根本上还是由市场和消费者决定的。随着市场的变化,

MM的计费模式有一个逐步完善的过程。

2009年11月, Mobile Market启动对全国用户下载软件、游戏两类商品的计费,计费所产生的信息费收入根据合作协议与开发者进行结算,并希望借此来鼓励更多的开发者及应用提供商。2010年1月, Mobile Market启动对全国用户下载主题类商品的计费。2010年5月, Mobile Market正式改版。Mobile Market的计费优势不仅在于价格相对合理,而且在于标价的清晰及人性化选择。网友评论机制的引入也是其一项优势,第三方的客观评论可能对用户的下载起到参考作用。

除了客户端外, Mobile Market 另一方面

的计费则是与开发者的合作伙伴的分利模式。中国移动明确规定, 开发者将获得手机应用商品实际销售收入的 70%, 中国移动获得剩下的 30%。如果是个人开发者, 中国移动将委托第三方公司与开发者签约结算, 确

保开发者获得实际应用销售收入的70%。另外,中国移动完全享有用户缴纳的通信费用。这种分利模式不仅对开发者,而且对手机厂商也很有诱惑力。

(李 洋)

(李 洋)

全球典藏热线：400-810-6658

袁熙坤大师梦幻雕刻老子像
 鬼才萧竟笔写思禅悟道德经
 李铎将军笔走龙蛇题墨宝
 古小月亲笔书写道法自然纵神毫

全球限量发行

2581套

权威监制

品质收藏

福禄天佑

升值保障





远扬飞杨（北京）国际文化传播有限公司

统一典藏价33333元/套

干支启岁 华服传世

NE·TIGER 2011 高级定制华服发布会在京举办

日前,中国顶级时尚奢侈品牌NE·TIGER 2011高级定制华服发布会在北京饭店金色大厅举办。以奢华风范为全球时尚人士呈现了一场无与伦比的华服视觉盛宴,这也是NE·TIGER连续第九次以开幕大秀奏响中国国际时装周序曲。

发布会现场,NE·TIGER再度联手全球顶尖的光影特效舞

发布会现场,NE·TIGER再度联手全球顶尖的光影特效舞

美制作团队,倾力打造出如史诗般的恢宏巨制:从开天辟地伊始,经历风、雷、雨、电的洗礼,仰观日、月、星、辰,俯瞰五行生克,交织甲子轮回,阴阳合历横空出世。神奇的色彩与变幻的灯光相映生辉,虚幻与真实之间,模棱宛如天外来客般高贵而神秘。恍惚间似真似梦,把观众带入另一个时空。

