

SUNNY 阳光：10 万元中级车的最佳选择



最新数据显示,东风日产 SUNNY 阳光 4 月份销量为 8937 辆,今年 1 月至 4 月累计销量更是高达 42934 辆,全面超越竞争对手成为该区隔第一,在全国各地呈供不应求火爆销售态势。

10 万元级别的中级车市场一直以来都是各大汽车厂商的必争之地,本田锋范、现代瑞纳等车型在这个市场上展开了激烈的竞争。而阳光能够脱颖而出的原因,主要在于其卓越的性能及极具竞争力的高性价比。正如东风日产市场部部长叶磊所说的:“阳光是 10 万元级别中级车市场的最佳选择。”

产品竞争力助阳光销量节节攀升

阳光能够在硝烟弥漫的中级车市场摧城拔寨,其杀手锏无疑是出类拔萃的产品竞争力。

尤其是在竞争日益激烈的 10 万元级别中级车市场,汽车厂商为了吸引消费者,使出了形形色色的营销手法。但在尘埃落定之后,早已视觉疲劳的消费者们返

璞归真,把目光投向了最原始也是最现实的产品的竞争力比拼上。而阳光的大气外观、宽逸空间和节油科技恰好满足了消费者的购车需求,自然热销。

在广州的一家东风日产专营店里,黄先生刚刚成为了阳光的新主人。“外形很时尚,配置也很齐全。”黄先生对自己的新宠阳光赞不绝口,“我最喜欢的就是后排的大型中央扶手,非常大气舒适。而且后排的头部和腿部空间都非常宽敞,毫无其他车型的压抑和局促感,最适合一家人出行郊游。”

选择阳光的车主大多是年轻、充满活力的中产阶层,他们买车预算一般在 10 万元左右,因此比较注重实用性,油耗当然就成为了他们所关注的重要数据。阳光配置 1.5L 全新发动机,应用了燃油双喷射系统、双 C-VTC 可变气门正时智能控制系统两项新技术,令阳光拥有顺畅的动力输出和较低的油耗表现。搭载了日产最新一代的 XTRONIC CVT 变速箱的阳光,则通过

增加行星齿轮等改进技术,大大降低了动力损耗,百公里综合工况油耗仅 5.8L,使得阳光成为日系中级车中当之无愧的“节油冠军”。高效的节能科技优势可谓在 10 万元级别中级车中得到了极致发挥。

高性价比阳光成就 10 万元购车最优选择
阳光制胜 10 万元中级车市场的手段不仅仅在于出众的产品力,其极具竞争力的高性价比也是打动消费者的主要因素。

可以说,阳光的出现瞬间打破了同级车市场“非‘低质低价’即‘高质高价’”的格局。东风日产将其领先的 CVT 等技术配置倾注于阳光之中,同时赋予了阳光亲民的价格:一般的中产阶层不到一年的收入就可以拥有一辆阳光。这种高性价比的背后是东风日产体系竞争力的胜利,“对于阳光,我们既要导入像 CVT 这样的高新技术,同时又要为其赋予很有竞争力的价格,这看似一个难题。但东风日产及供应商用 7 年历练造就的体系竞争力,最终为消费者带来了具有超高性价比的阳光。”东风日产总经理松元史明如是说。

作为迎合中国市场需求而生的车型,阳光的诞生表现出东风日产对汽车消费者需求以及汽车发展趋势的深刻洞察。在 10 万元级别中级车市场有许多知名汽车品牌,唯有顺应市场需求,打造出具有突出产品力的车型,才能提升自身的竞争力,才能在众多同级车型中脱颖而出。阳光满足了很多汽车消费者对造型、空间以及油耗的要求,加上亲民的销售价格,可以称得上 10 万元级别中级车的最佳选择。

(李俊)

安踏模式彰显“中国力量”

儿一同曝光在电视荧幕、报刊杂志、网络新闻、手机彩信中的时候,毫无疑问,安踏得到了数以亿计的曝光率。”安踏副总裁张涛很清楚这笔账。当年的汉城奥运会,三星就是以类似的方式创造了一个奇迹。

产业链决定的竞争力

“如果说签约 COC 和中国军团可以算作中国式营销,那么,依托‘垂直整合’的全产业链模式则是安踏中国模式的典型。”张涛表示。

和其他品牌的“轻资产”模式不同,安踏采取了“垂直整合”的业务模式。从上游的采购、研发、设计、生产,到下游的品牌营销、渠道的配送,到相关的售后服务,安踏每一个环节都有参与。一方面,通过优化来缩短产品开发流程,实现对市场趋势更好的反应;另一方面,对生产的控制也能提高生产规划的灵

活性,能够及时修改以支持应对市场变化的快速产品调整。此外,对于价格的了解和敏感度,能够便于安踏合理地掌控成本。

“中国式营销是企业面向市场的应对策略,全产业链模式是企业生存的根本。他们构成了安踏扎根中国市场的生存模式。”张涛表示,安踏这种模式就当前以及未来一段时间来看,更符合中国国情,也更能满足安踏发展的速度要求,安踏现在发展势头很好,就是受益于这种模式的有效实施。

“扎根中国市场、依托中国营销、聚焦中国模式,这就是安踏‘代表中国’理念的三大支柱,也是安踏品牌未来发展的核心方向。”对于安踏的未来发展,张涛解释道。

(洪璇)

中国车联网蓬勃发展 高德软件一枝独秀

由高德软件冠名的“高德杯中国位置应用大赛”日前正式拉开帷幕。本次大赛为期 5 个多月,是中国首次大规模开展的面向地理信息服务的开发者赛事活动。据悉,此次大赛旨在推进位置应用服务,推动车联网及其它相关产业的蓬勃发展。

作为一家知名的上市企业,高德软件缘何如此关注车联网?

车联网是物联网概念的一个分支,简单说来,就是把汽车当作一部“巨型手机”,利用互联网、物联网等技术,构筑一个车轮上的信息服务产业。车联网涵盖的不仅仅是汽车智能化,更包括人与车、车与车、车与控制中心的多重互动性。在这一点上,除了基本的人工智能与无线通信,基于地图及地理位置的各项应用更为重要。

今年的上海国际车展,吸引眼球的除了香车美女之外,就是车联网。或者这也可以说是对 Telematics 成果的一次公开检验,车载智能系统已经成为新车标配。同期车展外举行的“T 行神州”(Telematics@China Tour)上海站研讨会现场也挤满了车厂代表,以及为车厂提供 Telematics 服务的 TSP 代表厂商。提起车联网的应用,比较典型的案例有:2009 年 1 月,高德软件正式成为中国 2010 年上海世博会指定导航地图应用服务提供商。面对世博会期间庞大交通流

量的导航需求,高德软件提供世博所需的多形态、多格式的导航电子地图(包括二维图、三维图、航拍图)及相关位置服务,在道路导航、实时交通、路线规划以及组织者实时调度等方面打造全方位的世博智能交通系统。这样的合作,在世博会历史尚属首次。

从奥运会到世博会,以及通过与海内外各大知名车厂的广泛合作,高德软件奠定了在“车联网”领域的行业龙头地位。去年全年,高德软件的车载导航地图领域收入已经超过市场第二名约 17%。回顾往昔,在 2006 年之前中国市场曾被其他图商独占。然而,在国家及时调整准入政策后,高德等图商开始进入市场打破垄断。直到去年,高德软件已成全国车载导航市场的第一,彻底颠覆了原有的导航地图市场格局。

不仅仅是汽车导航地图的王者,高德集团已在为逾 90% 的中国前装 Telematics 用户直接或间接提供了各种不同的车联网服务支撑。高德软件并没有贸然进入已经渐显红海的 TSP 领域,而是选择支撑国内各大 TSP 的服务,例如通用 OnStar、上汽荣威 inkaNet、丰田的 TSP 北京 95190、上海通用 e路享、广汽传祺的悦行 100 等知名案例的背后都可以看到高德的身影。上汽集团是中国车联网领域最突出的汽车集团,在全国最知名的六大车联网项目中,上汽集

Jdbug 中国市场行销战略,此举预示着 Jdbug 将翻开品牌历史上标志性的一页,吹响 Jdbug 全面进驻中国的号角。

据了解,Jdbug 将其欧洲热销滑板车 cool carver 和获德国 IF 设计大奖的

training bike 等明星产品带入中国市场,预计未来每年 Jdbug 会经由德国、中国大陆和台湾地区三地五大研发中心出品 2 款至 3 款新品,依序与中国消费者见面。

(黄晨)

家具商坐庄 8% 手续费 红木家具摇身变股票

红木家具近来价格大涨,引起了不少投资者关注。不过让人担心的是,投资红木,即使提前预测到了价格上涨也没用,因为还要解决一大麻烦,那就是变现。如何能够顺利“高位抛出”并以此赚取差价,对普通投资者来说是一大难题。

家住北京朝阳区后现代城小区的李先生,非常看好红木家具投资。不过,让他无奈的是:买了家具后即使价格涨了很多,又能卖给谁呢?

曾因一系列大胆创新之举而出尽风头的福建连天红家具有限公司,近日在其网站上发布的一条“终身无理由退款”的信息,让李先生眼前一亮。

根据连天红网站公布的回收规定,购买他们的红木家具和红木家具,都可在未受到损坏、污染且不影响二次销售的情况下,按当日售价终身无理由退款。家具产品按退货当日售价的 92% 终身无理由退款,涨价按涨价退,跌价按跌价退。

李先生发现,这其中蕴涵了一个投资机会:倘若看涨红木,购买连天红的红木家具进行投资,只要涨幅超过 8%,就能获得收益。这就像买金条,虽然手续费不便宜,但是如果价格上涨得多,依然能获取较多收益。

对看好红木投资机会,却苦于难以变现的投资者来说,可以把连天红家具公司看作一个“坐市商”,进行红木家具的交易,缴纳 8% 的手续费。

记者加入的一个投资群,近日就此事进

铭万“竞争力工程”全国巡讲落地河北

解决成长型企业“人”的焦点问题,提升中小企业群体实力,北京奥运会用人专家现场指点,2011 年 6 月 4 日,由知名信息化服务商铭万公司发起的中小企业竞争力提升工程(河北站)将在石家庄盛大开幕。

自 2010 年开始,铭万公司发起并主办了中小企业竞争力提升工程,免费为企业送优质课程。据了解,郎咸平、郭驰,赵磊等大批清华大学名师大家已经应邀成为工程特约教授,参与到“送课到家”工程。陆续为各地的企业送去公司治理、人力资源管理,市场营销和领导力提升等诸多课程。铭万公司主办发起的工程,已经在北京、华东站(上海)、华南站(深圳)、华中站(长沙)、苏州站

(苏皖)、西部站(重庆)、东北站(沈阳)和天津等地成功举办十余期,参加受益的企业累计超过 10000 家,受到了各地政府和当地企业的一致好评和媒体的广泛报道。

受近期“用工荒”,“跳槽热”的影响,企业用人、留人的技巧急需提升。应广大河北企业申请,国家级用人专家、2008 年北京奥运会人力资源顾问、清华大学教授赵磊,将登台中小企业竞争力提升工程(河北站),为河北企业传授《成长型企业组织人力资源管理与开发》的主题课程,为企业指点迷津,破解“人”的难题,帮助河北企业快速走上腾飞之路。已经有 300 余家企业报名出席,目前还有少量名额。

(黄芳芳)

后车展时代 江铃全顺信心十足

2011 上海国际车展顺利落下帷幕,在本届车展上,多款欧系轻客亮相展台。奔驰凌特、南京依维柯、江淮星锐、上汽 Maxus 大通、东风 A08 等众多车型同台竞技,无论从质量或是数量上,都将为轻客市场带来新的冲击。

市场人士分析:“市场对于高端轻客需求的不断放大,以及以江铃全顺为首的欧系轻客品牌,在销量和份额上逐年的稳定增长,吸引了越来越多车企加入到这块市场蛋糕的竞争中。”2011 年,江铃全顺在市场整体增速放缓的大环境下,以第一季度总共销售车辆 15724 辆,同比增长 37.5% 的数字,实现销量的逆市走高,也凸显了欧系轻客的市场机会和发展空间。

飞利浦照明与气候组织携手构筑中国式“宜居城市”

近日,由气候组织主办、飞利浦照明协办的“城市·灯光·居民 - LED 全球城市峰会苏州论坛”在苏州举行。会上,众多国内外政府官员和代表汇聚一堂,交流城市未来的照明理念,并分享中外城市在 LED 技术和智能控制系统在室外照明中的应用实例。

如新集团荣获“2011 年度十大慈善企业”

近日,在第八届“2011 中国慈善排行榜”发布典礼上,NU SKIN 如新集团凭借“善的力量”企业理念和不断坚持实践的公益慈善事业,荣获了“十大慈善企业”的称号。中国慈善排行榜由民政部等多部委指导、中国社会工作协会主办,公益时报编制发布,目前已成为中国公益领域最具影响力与权威性

海选构建品牌指数 国投瑞银再扛基金业创新大旗

中证指数公司与国投瑞银基金近日在北京联合举办以“品牌点亮未来”为主题的新闻发布会,宣布将推出中证品牌指数系列产品,这标志着国内首个以品牌投资为主题的指数系列的诞生。

此次中证品牌指数系列的构建过程引入了公众评选环节,这一做法在国内指数编制过程中尚属首次。该指数系列的首个指

的品牌活动之一。本届的参选企业均为在 2010 年度实际为公益事业捐赠 100 万元以上的国内外企业及突出个人。

如新中国常务副总裁暨总经理郑重表示:“希望通过我们的努力能够带动更多善的力量,积小善成大爱,鼓励更多更强的企业和个人参与进来。”

(曾如尘)

数专注于海外中国上市企业,80 家样本股企业将从 100 家候选公司中产生,为期近 1 个月的“最具成长潜力的海外中国品牌公司网络评选”活动也于 5 月 18 日正式拉开帷幕。

据悉,本次携手开创了公众投资者参与构建核心指数的行业先河,将品牌投资带入了寻常百姓家,成为国投瑞银基金引领基金行业的又一次全新之举。

(李肖)