

日系汹涌 东风日产擎日系反击大旗



用“一波三折”形容日系车企2011年的困境似乎再恰当不过了。对于日系车企而言,过去的一年是有得有失的一年。受日本大地震、泰国洪水、日元升值等客观因素影响,日系车在中国市场整体份额下滑成了2011年车市的一个烙印。

日系车在华的颓势,究竟是一个短期的低潮,还是长期的衰退?几乎所有在华的日系车企都在蓄势,准备在2012年奋起反击,打一个翻身仗,那么,究竟谁最有这个实力,在这个关键时刻引领日系车在中国市场走出低谷?

大浪淘沙:东风日产22.3%年增长一枝独秀
2011年,在多种不利因素影响下,大多数日系车的销量整体呈下降趋势,市场份额也出现了持续下滑。在2011年11月日本汽车制造公司发表的2011年财年(2011年4月至2012年3月)的半年报中显示,10家日本汽车厂商中,有6家深陷减收困局。而在中国市场上,日系车企的整体状况也不乐观。据中国汽车工业协会于2012年1月发布的统计数据显示,2011年,汽车产销增幅明显回落,其中德系、美系仍保持

了两位数增长,韩系、法系回落至8%,日系仅增长1.33%;从市场份额看,德系份额同比提高1.91%,日系同比降低1.13%。纵观整个日系车企,也只有东风日产以22.3%的年增长一枝独秀。

数据显示,2011年3月的日本地震使日系主流车企4月至5月库存平均下降40%至50%,库存消化量远超供给量,每月给经销商的配货量只相当于平时销量的1/3,部分日系进口车供应几近断货。这也成为众多日系车企销售下降的主要原因。

但即使在日本地震、日元升值、车市整体下滑等重大不利条件下,东风日产在2011年仍然实现了808588辆的销售业绩,成功实现淡市超车,跻身国内合资车企销量排名第四。

蓄势反击:东风日产百万目标领军起航

“无论是日本大地震抑或日元升值等,都是一个短期的不利因素。”知名汽车评论员贾新光表示。自2011年7月份、8月份开始,日系车就陆续步入震后的恢复期,同时也在着手“反扑”,丰田、本田、马自达都纷纷表示,将在产品、技术等方面发起反击。

而作为日系“老大”的东风日产,有着相比其他日系车企“恢复性增长”更大的野心。“我们已经习惯了高速增长,但依旧要以从零开始的态度再次出击。”东风日产副总经理任勇表示。早在2008年全球金融危机期间,东风日产就以逾35万辆的销量超额完成全年销量目标,在整体车市平均同比增长8%的大势下,同比增长55%,成为销量排行前十位乘用车企业中唯一没有调整产销目标而完成任务的企业。

从此,就开始了让行业震惊的“东风日产速度”:2009年,东风日产销量为51.9万辆,在国内单一汽车企业销量排名中位列第5位;2010年,东风日产销量为66万辆,继续排名第5位;在2011年销量超80万辆的基础上,它的下一步目标是2012年实现100万辆的销量,达到将近25%的年增长,

并在2015年之前,进入行业前三。

毫无疑问,在日系车企阵营中,东风日产已经率先举起了“反击”大旗,也是最有希望引领日系车企“反击”的领军者。

日产出击:三维管理体系创新破局

为了顺利达成100万辆的销量目标,自2011年年底以来,东风日产就展开了一系列动作,而在这个过程中,一个强大的东风日产竞争力体系也日益成熟。

“2012年我们进行的营销系统变革不仅仅是对地区营销系统进行改革。基于未来发展的需要,我们规划出的是‘三维管理体系’,分为三条主轴进行变革——地区轴、职能轴、品牌轴。”东风日产市场营销总部副部长杨嵩表示。过去,东风日产只有NISSAN品牌的国产车型,2012年则会推出启辰的量产车和NISSAN进口车,因此,东风日产在品牌轴的改革上成立了启辰事业部和进口车室;成立的四大地区营销部是地区轴的改革;而在职能轴的改革上,则成立了全新的职能部门——数字营销部,以应对互联网精准营销发展的需要。

在任勇看来,东风日产能成为日系车企的“排头兵”,更多还是得益于东风日产的稳健而创新的管理体系。“东风日产不是个别人怎么做我们就怎么做的企业。早在风神时期,我们就在做很多别人不敢做的事情,从产品、资本运作、公司架构到日产生产方式,都做出了很多创新,不断改善,形成了高效、标准的东风日产之路。”任勇表示,“另外,东风日产在管理文化、培育创新、拒绝官僚主义、拒绝国企的毛病等方面都做得不错。”

目前看来,无论从公司业绩抑或管理体系变革上,东风日产已经吹响了日系车企在国内市场“反攻”的嘹亮号角。如果2012年东风日产顺利达成销量目标,将毫无疑问地扮演引领日系车企“反击战”的主角,成为中国汽车市场不可忽视的领军力量。

(李 曦)

WaterEx 上演全明星阵容 400 余家精英“同台竞技”

可谓是“最严格水资源管理制度”的《国务院关于实行最严格水资源管理制度的意见》日前正式出台。水利部副部长胡四一表示,水资源短缺、水污染严重、水生态恶化等问题,已成为制约经济社会可持续发展的主要瓶颈。目前,全国每年缺水量大概500亿立方米左右。一些地方水资源过度开发,超过其承载能力,引发了一系列的生态环境问题,水体污染严重,水功能区水质的达标率只有46%。

“水危机”正向我们走来。根据联合国提供的资料,中国人均淡水资源仅为世界人均量的1/4,居世界第109位,被列入全世界人均水资源13个贫水国家之一。水,这个生命之源、生产之要、生态之基,正遭受着巨大的考验。值得庆幸的是,一贯致力于缓解我国水危机的行业盛会如期将至。2012年3月28日至3月30日期间,第三届WaterEx北京水展将在北京·国家会议中心隆重举行。届时,逾400

“沃”享双面生活 乐到无忧智能 联通全新定制机联想A750、联想A780、联想A65强势来袭

近日,联想再次与中国联通携手,共同推出了联想A750、联想A780以及联想A65等3款全新的定制智能手机。据了解,这是今年联想与中国联通深度合作的首发系列。

占领云端 智在必得

联想A750延续了联想手机的贵族血统,配备4.0英寸1600万色TFT高清大屏,支持多点触控,更有联想独创的四叶草主题页面显示。联想A750不但搭载1GHz高速主频,而且拥有4GB大容量机身内存。500万像素主摄像头与30万前置摄像头带来强大的拍照功能,无线AP功能则将手机变为无线接入点。值得一提的是,联想A750增加了短信字体缩放功能与省电模式一键触控快速启动。

另外,独具创新的“多重流量同时监控”(即GPRS监控、WiFi监控、W+G双卡监控、流量超限、指定单个应用上网权限)可提供安全保证,联想乐云优化则为用户带来无限的创新空间。

智美炫薄 步步领先

联想A780仅10.5毫米的超纤薄机身带来圆润时尚的外观设计,尽显简约风范。黑色防尘网与镭雕纹理设计等细节之处,彰显出设计师的独特品味。

联想A780配备4.0英寸高清炫丽大屏,独有的幸福四叶草页面,配合多点触控的操

家水业明星企业汇聚一堂,争相展示工业废水处理、市政污水处理以及末端净水等各个方面的最新产品、技术和解决方案。

作为北方最高品质的专业水展,本届北京水展规模较去年有大幅增加,不但展会面积扩大至12000平米,展商数量也增加近20%,展品涵盖膜与膜组件、过滤设备、泵阀、管道、仪器仪表及自动化控制、污水及污泥处理设备,水处理药剂、紫外线、臭氧等杀菌消毒设备、终端净水设备及相关配件等各个领域。

专家表示,此次出台的“最严格水资源管理制度”对解决中国水问题提出了纲领性意见,但这一制度的实施还需要全社会的通力协作。在水处理领域,WaterEx北京水展扮演着重要的行业领航者的角色,帮助国内的水业精英扩大国际化视野,为其提供与全球水巨头的“同台竞技”的平台,促进着整个行业广泛的信息交流和技术提升,进一步推动中国水问题的逐步解决。

(张晓娥)

作,轻松完成多屏切换;1GHz高频CPU保证视频播放不卡顿;同时,还拥有4Gb+32Gb eMCP的大容量储存。

联想A780独有的“乐语音”功能可以通过声音传播完成指定命令,而联想乐安全中心带来了“三防”(防吸费、防偷窥、防骚扰)的安全体验。联想乐云优化用户体验,让用户拥有无穷的分享乐趣。

足智双谋 快人快语

联想A65整机线条优美流畅,显示手机大气天成的时尚品味。手机配备3.5英寸高清HVGA电容屏,支持多点触控操作。

在配置上,联想A65配备800MHz的快速主频与1500mAh大容量电池带。手机的无线AP功能,可使手机变身上网卡供其他设备上网。

此外,手机搭载Android2.3智能操作系统,预装了新浪微博等潮流应用。320万像素主摄像头支持全景拍摄、定时拍摄等特色功能。目前,联想凭借与三大运营商的深化合作,共同开拓市场,不断向用户提供丰富的定制终端成果,让更多的用户享受到3G时代带来的便捷与乐趣。

(徐 磊)

第29届广州家博会将举行

由中国家具协会和中国对外贸易中心(集团)等联合主办,中国对外贸易广州展览总公司承办的第29届中国广州国际家具博览会—民用家具展,将于2012年3月18日至21日在广州·中国进出口商品交易会展馆隆重举行。

本届展会将以23万平方米的超大规模,围绕现代家具和古典家具两大核心主题,展示发布最新产品及资讯。众多中外

家具名企将携新品在本届展会闪亮登场,贸易商机纷沓而至。

展会同期将举办广州国际户外家具及休闲用品展、广州国际家居饰品/用品展、广州国际家用纺织品及辅料博览会,共同搭建“大家居”一站式采购平台,进一步提高海内外买家采购效率,更好地提供性价比最佳的产品资源。

(陈 新)

透视“升级限价”:品质江淮的延续与深化

整个2月,和悦“升级限价”都是中国车市关注的热点。和悦2012系列产品借此直入6万元价格区间。这既给消费者带来了实实在在的实惠,也是对江淮乘用车品质战略的延续与深化。

自品牌成立之日起,江淮乘用车就旗帜鲜明地高举品质大旗。从2010年成为目前唯一荣获“全国质量奖”的自主品牌企业到2011年高调奏响“品质三部曲”,江淮乘用车的高品质形象深入人心。其主力产品和悦也先后将“CCTV年度中型车”等荣誉收入囊中,市场销量全线飘红。

不过,需要正视的是,与其他品牌一样,和悦的终端市场也存在着价格虚高和混乱的现象,损害了消费者的利益和品牌声誉。这也正是江淮乘用车力推“升级限价”的主要原因。

中兴将发布两款 LTE 双核手机

2012年移动通信世界大会(MWC)即将在西班牙巴塞罗那召开,位居全球前五的手机厂商中兴通讯将在本次大会上推出两款搭载Android 4.0系统的LTE手机PF200和N910。这两款手机分别采用了1.5GHz和1.2GHz双核处理器,以及高清炫彩屏,让人们对即将到来的4G时代充满了期盼。

中兴N910采用1.2GHz双核处理器,配备了4.3英寸的WVGA(800×480)分辨率电容触摸屏。采用内置闪光灯的后置500万像素自动对焦摄像头,和前置30万像素视频通话摄像头,支持GPOS、WiFi、蓝牙,并且支持数字生活网络联盟

(DLNA)标准。适用的频段包括LTE FDD 频段、CDMA 频段和EVDO(即CDMA 2000)频段,为CDMA用户无缝享受4G带来的极速宽带体验提供了最为理想的解决方案。

“LTE代表了移动互联网生活宽带化、普及化、个性化的方向,中兴通讯致力于推出系列化LTE终端产品和服务解决方案,PF200和N910正是其中的代表之一。”中兴通讯执行董事、执行副总裁何土友告诉记者,“中兴通讯希望通过丰富多样、并融合了科技与人性之美的LTE终端与业务,更好的服务于全球移动用户,加速LTE时代的到来。”

(吴 云)



爱因你完美 周大福邀你共赴日本浪漫白色情人节

不羁。女孩去男孩的大学做外联宣传,尽在人群里一眼定睛男孩。女孩笑了,掺杂着从未流露过的腼腆。女孩颈间清冷的吊坠将她映衬得格外甜美。男孩也笑了,思绪顿时停留在了女孩小时候的一句戏言上:送我一条美美的项链,好吗?

【TIPS】周大福绝配系列单颗美钻吊坠

一条项链,两个人的童年回忆。柔美的一双K金直线体与钻石永恒相随,承载着刚柔并济之美,“绝配”原来早有伏笔。

爱·相拥 拥抱这分钟

男孩和女孩相恋了,爱得如此顺理成章。再见女孩时,叛逆和任性不见了,惊喜地衍生出一份独立与个性。女孩说,拥抱是她和男孩开心时最常做的一个动作,搂住彼此的同时,也让两颗心靠得更紧。

周大福绝配系列单颗美钻戒指

男孩喜欢握着女孩纤细柔软的手,已然清晰感觉到刚毅钻石的存在。他丝毫不介怀,因为他明白这是女孩独立个性的承载与存在。

爱·相惜 你的名字我的姓氏

男孩开着车把女孩载到了海滩边,从后备箱里掏出一束白玫瑰。女孩接过花束,一眼即被搁在花骨朵上的钻戒吸引。男孩深情

望着女孩,狠狠煽情了一回:“记得你说,想去日本看浪漫樱花,今年我们就去吧。”女孩眼眶湿润了,轻轻地点了点头。

周大福绝配系列单颗美钻吊坠/钻戒

相遇是心与心的相惜,相偎是彼此的牵挂。男孩将周大福的钻戒套在了女孩的无名指上,心形的戒面,见证着两人永恒的誓言。

周大福“爱因你完美”送你白色浪漫日本游

周大福白色情人节季,再次见证爱情。本着一贯爱相随情相依的幸福理念,今年3月“爱因你完美”白色情人节季,周大福携手苏州、南京、福州、广州、重庆、贵阳、北京、沈阳、武汉、合肥10城市展开促销优惠活动,消费即有机会获赠高级订制丝巾和精美吊坠,更有日本双人浪漫游。

(黄 莺)



高德软件稳坐中国车载导航地图领域龙头位置

近日,四维图新发布的2011年报称,全年实现营收8.67亿元,其中,车载导航业务实现营收3.73亿元,同比仅增长1.17%。

稍早前高德软件也发布了2011年报,车载导航地图收入为8590万美元,约合人民币5.5亿元,同比增长35.4%。这意味着双寡头的两家车载导航地图厂商的全年收入差距已经拉大到接近2亿元,相差近50%,高德软件已稳坐中国车载导航地图领域的龙头位置。

中国车载导航地图产业已经发展了9年多时间,四维图新作为首家获得政府核准率先开展导航地图业务的老牌企业,在很长一段时间里一家独大,市场上呈现寡头独占格局。

庞大双龙“钜惠迎龙年”限期优惠活动即将结束

韩国双龙汽车以其优异的动力性能、超高性价比等优势,自重返中国市场以来备受广大消费者青睐,几度掀起销售热潮。为此,庞大双龙于2012年春节前后在其销售区域内开展了“‘钜惠迎龙年’限期优惠活动,具体内容为:在2012年1月12日

至3月31日期间,庞大双龙销售区域内所有在售车型直接优惠10000元现金;2011年9月至2012年1月11日双龙汽车重新上市后已购车车主,可于活动期间到经销店领取5000元维修保养券。

目前,“钜惠迎龙年”限期优惠活动

即将结束,庞大双龙恭候所有符合优惠条件的已购车客户在活动期限内到店领享厚礼,同时欢迎喜爱和关注双龙汽车的朋友们登陆庞大双龙官方网站或拨打咨询电话进一步了解详细信息。

(金 金)