



官方微信

中国贸易报

CHINA TRADE NEWS



官方微博

主管主办:中国国际贸易促进委员会(CCPIT) 总第4309期 14A05 2014年1月31日 星期五 周三刊 今日四版 国内统一刊号:CN11-0015 国外代号:D1110 邮发代号:1-79 中国贸易新闻网:www.chinatradenews.com.cn

双“劲”出击,广汽三菱2013年增速跑赢大市



2013年已落幕,广汽三菱在2013年打破常规、后发赶超,凭借鲜明的“SUV世家”品牌形象、差异化的产品组合以及创新的营销策略,在竞争激烈的国内SUV市场中顺利跑赢,成为2013年车市的一道靓丽风景线。

双“劲”出击,产品销售渐入佳境供不应求

数据显示,2013年广汽三菱累计销量达4.3035万

台。从单月销量来看,5月到12月,广汽三菱月销量由2000多台攀升至7000多台,约半年时间里,环比增长超过了200%;而且销量主要依靠一款上市仅一年的新车型,产品供不应求……

作为广汽三菱首款车型,新劲炫ASX上市一年以来,切入目前增长迅猛的中级SUV细分市场,月销量节节攀升,成功跻身主流SUV行列,持续增长的态势充分表明了市场和消费者对这款产品的认可,并收获“消费者最喜爱的SUV”、“年度最受欢迎的SUV”、“年度紧凑型SUV”等多项荣誉。值得一提的是,在新劲炫ASX热销的同时,广汽三菱从市场反馈和消费者意向出发,加快新劲炫ASX后续版本的推出步伐。在前不久的广州车展上,广汽三菱发布了诚意新作——新劲炫ASX精英版,售价仅为15.98万元,创造了同级别自动挡SUV中最具竞争力的高性价比。

凭借“SUV世家”强大的品牌号召力、新劲炫ASX一年来积累的良好市场口碑,以及新帕杰罗·劲畅“宜商宜家宜休闲”的综合实力,广汽三菱2014年销量有

望持续“发酵”,再上新的台阶。

双管齐下,“数字化+体验式”营销如火如荼

体验式营销着眼于在“SUV世家”和消费者之间,提供深度沟通、建立情感的体验平台。第一个平台是目前正热火朝天的“广汽三菱SUV体验营”活动,目前已走过重庆、北京(2次)、银川、苏州、广州、郑州、哈尔滨共8站。第二个平台是48小时深度试驾,第一期将在广州、长沙两地进行,之后将向全国推广。每场体验活动下来,当场签约的意向客户普遍超过了50%。接下来,广汽三菱还将组建越野车车友俱乐部,定期组织消费者到郊外,开展旅游观光、慈善公益等活动。这些活动不仅展示了广汽三菱产品的独特优势,也很好地诠释了“SUV不仅仅是一种产品,更是一种生活”的理念。

2013年已经完美收官,展望2014年,广汽三菱将继续精耕细作,努力实现产品销量和市场口碑的持续“发酵”,同时以更加优质的服务,让消费者享受到“SUV世家”广汽三菱带来的不一样的愉悦SUV生活。(晨夕)

科技之光点亮关爱之路

——奥林巴斯发布2013年企业社会责任报告

日前,奥林巴斯(中国)有限公司正式发布了《奥林巴斯2013年企业社会责任报告》(以下简称CSR活动报告),这是自2008年起,奥林巴斯连续第六次发布中国版CSR报告。其间,恰逢奥林巴斯荣获“2013年度最佳公益创新奖”的喜讯传出,标志着奥林巴斯在2013年度CSR领域的成功表现得到了社会各界的充分认可。本年度CSR报告的主要内容围绕“让关爱更

科技”主题展开,介绍了奥林巴斯在健康公益、科学教育、环境保护、员工关怀、荣誉奖项五大核心主题上开展的各项工作以及取得的具体成绩。

2013年,秉承“让关爱更科技”的CSR理念,奥林巴斯加快了健康公益活动的创新步伐,先后在七城市开展了大型主题公益沙龙活动,每到一地,都将高科技的医疗消化道内窥镜进行现场实物演示,使市民朋友可以

零距离观看内窥镜的构造,并有相关工作人员进行现场讲解,以此打消人们对于内窥镜的恐惧心理。在科学教育领域,奥林巴斯C-TEC培训中心的科技潜力得以进一步释放。拥有世界先进的微创手术解决方案、消化道内窥镜系统和显微镜产品的奥林巴斯,持续为中国医疗和科研人员提供相关应用技术培训。

作为真诚的企业公民,2013年度,奥林巴斯在发力健康与科教事业的同时,在环境保护和员工关怀方面也做出了不懈努力。充分利用自身在影像领域的品牌底蕴,通过“为了我们的未来 请保护大自然”社内环境日摄影比赛的方式,唤醒员工的环保意识,实现了企业与员工社会价值观的深度契合。(元芳)

中石化携手中海油
资源互补抢占润滑油蓝海市场

近日,中石化长城润滑油与中海油气开发利用公司签署合作协议,双方将在环保橡胶填充油以及变压器和润滑脂基础油的研发使用领域开展深度合作。作为国内润滑油行业的领先品牌,长城此举或彰显出其未来整合多方资源的市场布局战略,这也是新经济形势下大企业间寻求合作共赢的典型案列。

中国目前已成为世界上排名第二的润滑油消费大国,2013年由于“十二五”规划确定的重大项目开工建设,拉动了工业、运输业、机械制造业的刚性需求,带动了润滑油销量的增长。这也让不少润滑油企业意识到,在展开竞争的同时,寻求合作伙伴进行战略合作,进行资源互补,共同做大市场规模,才是应对全球化竞争的关键。

党的十八大指出,在深化经济体制改革的同时,更要实施创新驱动发展战略,以此推动以市场为导向的协同创新。针对此次合作,中石化长城润滑油相关负责人表示,随着我国润滑油市场规模的不断扩大,全球化竞争加剧,企业要实现可持续发展,必须谋求长期竞合关系,实现企业间的优势互补,这已成为企业应对全球化竞争的关键。此次与中海油在环保橡胶油等基础油资源上的合作,顺应了未来润滑油行业发展的大趋势,双方将共同致力于提升中国品牌在世界润滑油行业的影响力。(吴华)

富士施乐“无纸化订房”解决方案
成功应用于香格里拉酒店集团

近日,以可持续性经营著称的香格里拉酒店集团正式启用“无纸化订房系统”。“无纸化订房系统”是富士施乐针对香格里拉酒店客房预订部无纸、高效、无误的需求量身定制的文件管理解决方案。(陈欣)

中国贸易报
CHINA TRADE NEWS

贸易推广的专业媒体平台

编辑:郝昱 联系电话:95013812345-1016

制版:张迪 E-mail:maoyibao@vip.126.com

本报常年法律顾问

■北京市炜衡律师事务所

■赵继明 赵继云 律师

■电话:010-62684388

启辰纯电动车量产大幕拉开 晨风强势出击2014年



近日,东风日产在湖北襄阳市交付30辆启辰晨风电动车,这是继广州、大连启动试运营后,短短一个月内的第三次大批量交车。不仅如此,2014年东风日产也将正式进军纯电动车私人市场,正式推出启辰晨风。

在雾霾、限购成为全社会热点的今天,新能源车的普及早已迫在眉睫。作为纯电动车领域的先行者,东风日产将2014年作为拓展新能源版图的重要契机。“东风日产一直坚信纯电动车是未来汽车的终极解决方案。从小范围试点运营过渡到千辆公共领域投放,东风日产已走入第五个年头。”东风日产副总经理任勇表示,“现在启辰晨风纯电动车已经进入量产阶段,跟几大城市的示范运营计划全面升级。而今年晨风也将进军私人市场,真正让纯电动车成为现实中的私人座驾。”

新能源车或成马年年车市亮点

马年年市,新能源汽车似有成为“主角”的苗头。日前,工信部发布报告预计,2014年,中国汽车产销量可能有所回落,但新能源汽车有望成为新的增长亮点。业内预测,随着新能源汽车补贴政策的落地,以及限购、治霾等政策影响,2014年新能源汽车的销售会明显提速。

“可以预见的是,未来几年中国新能源



的发展趋势,任勇认为,东风日产坚持提前布局循序渐进的战略规划,迎来了极好的发展机遇。

据任勇介绍,未来一年,还将有超过1000台启辰晨风纯电动车陆续交付全国多个城市,让逾2500万市民提前感受纯电动车带来的零排放绿色汽车生活。

启辰纯电动车加快商业化进程

近年来,随着国家相关政策对新能源汽车支持的力度逐渐加大,发展新能源汽车已是大势所趋。而素来以“行动派”著称的东风日产,在这一方面其实早有行动。以启辰品牌为主体,东风日产的纯电动车之路越走越快。

早在2009年,东风日产便先知先觉,提前部署,启动“绿色城市计划”。2011年起,东风日产纯电动汽车也先后在武汉、广州、大连投入示范运营。截至2013年底,东风日产纯电动汽车累积无故障运行已超过百万公里,用户使用情况良好,无发生一例安全事故。

过去一个多月,启辰纯电动车大动作频频:2013年12月13日,120辆晨风交付广州

市花都区政府;2013年12月30日,136辆晨风驶入大连;2014年1月13日,30辆晨风交付湖北襄阳。除了在公共领域与政府合作展开示范运营,东风日产还将在北京、上海、广州、深圳四地启动面向私人用户的试点运行。在这四个城市,启辰晨风将接受普通消费者预约试驾。

回顾东风日产电动车布局战略,不难发

看到它的身影。

正如任勇所说,东风日产启辰晨风代表着当前全球纯电动车的领先技术水平,是一款为现实使用而生的量产车型。外型设计上,晨风采用温和、流畅的线条和曲面,是一款富有时尚魅力而又让人倍感亲和的座驾,打破了对电动车前卫、夸张造型的固有印象。同时,启辰内饰也采用务实而不过科技



现其清晰的战略布局和推进节奏。整体上,东风日产的纯电动汽车推广遵循“以点带面,纵贯南北”的原则,通过小范围示范带动大规模投放,同时南北兼顾,全面布局。另外,在推进节奏上,东风日产也循序渐进,通过“三步走”实现商业化普及。首先是与意向城市建立推广合作关系,其次联手试点展开运营,最后是批量生产,规模推广。多年筹谋,2014年,启辰晨风将正式走入私人消费市场,东风日产纯电动汽车事业将揭开新篇章。

启辰晨风 为现实而生

这是一款怎样的车?东风日产副总经理任勇认为,“启辰晨风是一款为现实而生的未来座驾,我们在它身上可以体验到超乎想象的全新感受,而且它也是最能满足当下消费者需求的一款电动车。”他表示,今年晨风将正式量产,并投放私人市场,也就是说最迟在今年年底,消费者就能在启辰专营店

元素的设计风格,让习惯于驾驶传统汽车的用户很容易适应。

在实际的应用中,启辰晨风具有起步迅速、推背感强劲、动力平顺等特性。而在消费者最关心的续航里程问题上,启辰晨风也提供了良好的解决方案:综合工况下,启辰晨风充满电后可连续行驶180公里左右。在快充模式下,启辰晨风只需充电5分钟就能持续行驶60公里,30分钟便可充电80%。同时,通过电池逆变器和电机实现了最高车速145km/h,0-50km/h为4.4秒,百公里耗电为14.6度,完全能够满足城市用车需求。同时,其日常使用成本仅相当于同级别获得燃油补贴汽油车型的1/7,经济性更优越。

任勇表示,2014年是东风日产在新能源领域取得突破的关键一年,相信凭借东风日产在电动车领域成熟、先进的技术,以及多年的市场布局,启辰晨风乘市场“东风”而上,强势出击马年的成果,将非常值得期待。(高燕)