

东风悦达起亚： 2010年力进行业前十

从前年到年后，来自东风悦达起亚的好消息接连不断：2009年全年累计销量达到241,386辆，同比增长高达70%；2010年1月销量又同比增长242%，以超出行业两倍的增幅居国内合资品牌增幅榜首；2月又销售25000辆，同比增长128%。

在2009年东风悦达起亚里程碑式的飞跃中，两款新车成为两大亮点。

Force福瑞迪凭借领先科技力在中级车



市场攻城拔寨，上市数月便成功跻身“万辆俱乐部”；SOUL则以“DESIGN KIA”这一设计理念引领时尚风潮，为东风悦达起亚的品牌竞争力和品牌形象添色助力，成功实现企业在产品结构、销量和品牌形象上的三重突破。

2010年，东风悦达起亚将酝酿新的飞跃，据披露已确立33万辆的年销售目标，力争进入行业前十，成为中国主流乘用车企业。企业的全年重头戏之一是提升品牌力：通过时尚、体育、

文化、情感等多元化营销和各种宣传、促销手段提升品牌形象，有效拓展品牌渗透力和影响力，同时在强化服务、客户关怀等方面全面提升消费者满意度，进一步铸就品牌口碑。企业的另一重头戏是强化商品力。其中时尚潮车SOUL的中文名已确定为“秀尔”，这一车名不仅凸显出潮人的生活态度，更是对“特立独型”这一理念的最好诠释。同时下半年还将上市全新SUV——SLC，该车与狮跑实现差异化定位，采取Force福瑞迪与赛拉图一样的并行销售战略，进一步扩大各自细分市场的优势，提高市场竞争力。

在服务提升、网络建设以及公益投入等方面，东风悦达起亚也将深耕细作。首先，将有效开展售后服务管理和培训等一系列工作；重点强化二级服务店管理；开展24小时服务、上门服务等特色服务项目；建设服务信息管理系统等技术支援，扩大服务平台。其次强化网络建设：将全面实施网络渗透战略，采取以4S店+直营店的模式，构筑4S店为主体、直营店为补充的立体式全覆盖销售服务网络，数量将由现有的346家扩展到440家。同时，东风悦达起亚强调始终不渝地回馈社会，将开展灾区应急捐款、扶助社会弱势群体、重视环境保护、支援教育事业和其他公益活动等，用实际行动推动行业乃至社会的进步。

(李晶)

长安马自达： 2010年谋求全面升级

长安马自达为在2010年寻求新的突破而先谋后动，近日发布以“精耕细作”为主题的年度战略规划。根据这一规划，长安马自达将以新旗舰车型进口Mazda3两厢上市为契机，围绕品牌、服务、营销三大主题推出一系列战略举措。

2009年，长安马自达凭Mazda2、Mazda2劲翔、Mazda3三款车型实现销量72,697辆，同比增长67.3%，大幅度领先行业的整体增速。



全国经销商数量由年初的92家发展到113家，覆盖了除西藏外的所有省会城市和主要二、三线城市。体验营销主导下的市场推广——“Zoom-Zoom汽车运动会”、“百米知马力”试驾、“驭马族”品牌社区等活动，也大大提升了消费者对长安马自达的品牌认知度。

2010年新旗舰车型进口Mazda3两厢的上市，无疑会提升长安马自达从品牌、服务到产品矩阵的整体形象。进口车的品牌价值含金量和高端形象，

将会改变公众对长安马自达的既有印象。长安马自达总经理藤桥稔表示，进口Mazda3两厢的加入首先是对各经销商店提出更高要求，在日常工作中提高服务意识、提升服务技能，给用户完美呈现“全程关怀”品牌服务，高效率实现“一次修复、费用透明、准时交车”的服务承诺，将是2010年长安马自达所有工作的重中之重。据悉，一项提高经销商服务水平、提升客户满意度的“六星计划”行动已经启动。服务层面的其他举措还包括全国经销商服务技能大赛总决赛、每年两次的经销商“两会”培训、面向全国用户在春秋两季实施的“爱马进行时”专项售后服务等。同时，长安马自达已将CSI(客户满意度)进入J.D. Power TOP 10列为2010年的工作目标。

渠道建设方面，长安马自达将在2010年实现150家经销商，以一线城市为“根据地”，重点发展二三线“潜力城市”。营销创新方面，将全面升级“汽车运动会”、“百米知马力”、“品牌社区”等创新举措，其中“汽车运动会”将升华为兼具企业文化和内涵的“Zoom-Zoom”品牌体验活动，并更强调竞技性和互动性；“百米知马力”将成为长安马自达的品牌试驾活动，融入企业发展的理念和品牌内涵中；还将以“驭马族”品牌社区为平台，充分释放年底即将突破20万用户的口碑。

(贺刚)

MINI首款跨界车型引导前瞻

新一代MINI日前发布第四款全新车型和首款高档跨界车MINI Countryman的相关信息。据悉，该车极致创新的“4米车长、4门4座、4轮驱动”概念再次引导前瞻、颠覆传统。

MINI Countryman是第一款长度超过4米的MINI，短小的前后悬、升高的车窗线条、充满力量感的车轮，以及四面环绕的车窗形状创造了MINI特有的造型比例。车顶轮廓线、六角形散热器格栅、集成在发动机盖上的硕大前

灯、侧转向灯镶圈、宽大的轮毂以及竖直的尾灯组都重新诠释了MINI的经典风格。其内饰极具新意，升高的座椅优化了驾驶者的全方向视野；座椅之间采用中央导轨系统，从前排一直延伸到后排，可选择嵌入杂物盒、杯座、移动电话等各种装备。采用大开启度行李厢盖设计后，行李厢空间最大可调至1,170升。

动力方面有三款汽油发动机和两款柴油发动机可供选择。其中MINI Cooper S



Countryman所搭载的1.6升四缸汽油发动机首次增加双涡管单涡轮增压器和燃油直喷技术，还特别采用全可变气门管理，最大输出功率可达135千瓦(184马力)/5,500转每分钟。(王丹)

海马首款SUV北京车展上市

海马汽车近日传出消息，其首款B级SUV——海马S3将在今年4月北京车展上正式上市，首批推出舒适版、豪华版、领航版三个版本，预计售价在12万至15万元之间。

海马S3拥有原汁原味的SUV底盘，并借鉴国际知名SUV车型的成熟技术和设计理念。外形偏于欧陆风格，车身线条硬朗但不失精致的现代感，设计风格与福特翼虎、VOLVO XC90、途欢等欧系SUV比较接近。但车厢内部

却具有典型的日系SUV特色：炮筒式仪表盘和规整有致的中央控制面板营造出一种高档舒适的乘坐环境，CD音响、GPS导航、自动空调、电控后视镜等舒适性装备一应俱全，ABS、EBD加上双安全气囊确保行车安全。其领航版还有八方向电动座椅调节、电动后视镜折叠、电动调节前大灯高度、方向盘音响控制等功能。

海马S3将搭载其自主研发的全新2.0L发动机，并配备双VVT(发动机可变气门正时技术)



技术，转速达到6000转分钟时可爆发出110千瓦最大功率；195牛米的最大扭矩则在转速达4000转分钟时喷薄而出。据介绍，该车被定义为海马进军B级车市的首款车型。(苏蕾)

瑞麒X1 三个月 斩获两项大奖

刚刚获得2009年CCTV中国年度汽车评选“自主品牌汽车奖”的瑞麒X1，近日又传出消息，斩获由SUV中国汽车网联合众多知名媒体评选出的2010年度最佳小型SUV大奖。上市短短三个月，瑞麒X1就揽入两项大奖，显示了消费者与市场对这款城市迷你SUV的充分认可。

中国汽车网联合多家媒体举办的2010年车型评选，是对2010年SUV市场的一次大阅兵。瑞麒X1凭借城市迷你SUV的独特定位、超高的离地间隙和超大空间，荣获最佳小型SUV大奖。评选以网络投票方式产生，瑞麒X1以领先同级别车型5000多票的优势轻松夺冠。

尽管瑞麒X1在2009年年底才上市，但凭借城市迷你SUV的突出特性，上市仅一个月订单数就已超过万辆，春节前在全国各地经常供不应求。这次瑞麒X1获得年度大奖，可谓开年博了一个好彩头。相信虎年瑞麒X1会一路火到底。

上海联海西汽车销售有限公司(瑞麒4S店)

地址：漕宝路1265号(近莲花路)

网站：www.LHmotors.com

热线：54225667

东风本田启用太阳能发电照明

东风本田日前正式启用综合办公楼太阳能光伏发电系统，通过导入清洁能源、减少二氧化碳排放来保护生态环境。

这一太阳能光伏发电系统自2009年10月正式开工，经过98天建设后完工，总投资额达467万元。所发的电主要供东风本田综合办公楼日常照明使用。据悉，整套系统年发电量约

10万度，相当于综合办公楼照明总用电量的4%，据此每年可减少约101吨二氧化碳排放。2012年投产的东风本田第二工厂也将采用这一发电系统为部分生产作业工序提供电力。

这次启用的太阳能光伏发电系统采用Honda自主研发、以CIGS(铜、钼、镓、硒)化合物为原料的新一代薄膜型太阳能电池板，与普



通硅晶体太阳能电池相比，在生产过程中可降低一半能耗。(朱林杰)

