

汽车观察

汽车精英的杂志·汽车杂志的精英

AUTOMOTIVE OBSERVER

2013. 06 总第99期



P88

商用车市场需要正能量

中国国际贸易促进会汽车行业分会会长 王伙
希望能够通过2013中国国际商用车展的成功举办可以为
中国商用车市场的回暖做点积极的贡献。

【封面故事】

大合资样板 P40

按理说, 并购比合资的管理难度要低, 因为合资尤其是股比对等的合资, 不仅要解决并购带来的文化融合问题, 还要解决利益分摊问题。然而, 当戴姆勒并购克莱斯勒以失败告终的同时, 东风与日产的合资却迎来了10年的飞速发展。

在全球化的汽车王国里, 东风有限成为一个大合资额度、多业务板块、多文化背景成功合作的世界级样板。

东风日产: 融合聚变/P44

东风商用车: 归根再嫁/P47

郑州日产: 悲情已成过去/P50

东风股份: 经历低谷/P53

中村公泰: 我给这十年打80分/P55

ISSN 1673-145X



06>

9 771673 145138



2013.06 总第99期

P/40

汽车观察

汽车精英的杂志·汽车杂志的精英
AUTOMOTIVE OBSERVER

[封面故事]

40

Cover story

大合资样板

热点

读者论坛

P12 还“换”来了什么

国际

P14 万向的方向

国内

P16 东风牵手福汽布局东南

人物

P18 新一轮换岗潮

数字

P20 谁涨谁落

政策

P22 节能减排大势所趋

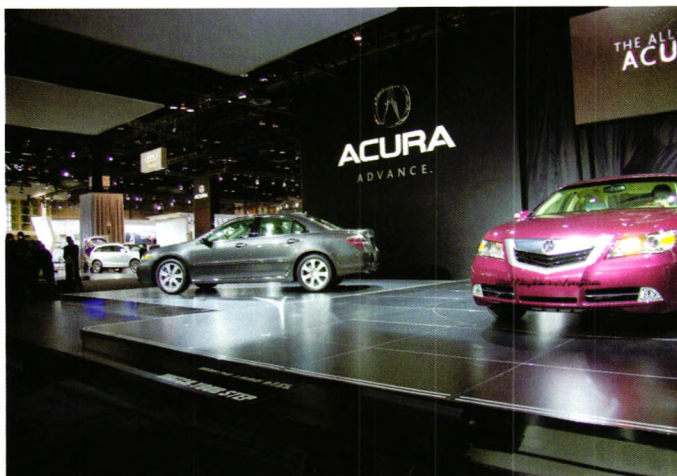
微闲谈

P24 豪车加税之大家说

高端对话

P26 寻找共舞的大象

【目录】 Contents



P/69

如何救赎讴歌

69

如今，位于北京发展大厦的本田（中国）总部仅负责其高端品牌讴歌的进口和销售工作了，而面对逐年递减的销售业绩，“迟早会被边缘化”的担忧正困扰着这个团队。

创始者的后发力

80

曾经是中国第一辆微车的创始者，时隔30年后开始重启微车战略，并打算用接下来的时间冲击行业前三甲。

压力下的“动力”引擎

98

配套发动机制造厂商要想可持续前进并非易事，创新升级是福田汽车北京发动机厂的生存密码。

更正说明：

因本刊的工作失误，《汽车观察》2013年第5期《人才是最重要的技术载体》一文中，威伯科亚太区总裁刘良的配图出现错误，图为博世底盘控制系统事业部中国区总裁黎明博士，特此致歉！

【目录】Contents



P/90

升级终端销售

以更高标准重视终端销售是宝马实现在华销量快速增长的主要原因，虽未能在中国豪华车市场超越奥迪，但宝马经销商一直坚持用行动来阐释何为未来的高端品牌营销。

广告索引：

郑州宇通客车股份有限公司	封二
汽车观察杂志百期特刊	2
金龙联合汽车工业（苏州）有限公司	5
山东玲珑轮胎股份有限公司	7
2013全球汽车论坛	9
2013 第十五届重庆国际汽车工业展览会	11
2013（第十六届）成都国际汽车展览会	13
中国国际商用车展览会	29
网通社	35
《汽车观察》杂志	120
陕西重型汽车有限公司	封三
上汽通用五菱汽车股份有限公司	封底

P27	最大赢家
P28	制胜学徒制

事件

P30	广汽中兴：三赢
P31	英菲尼迪：变局
P32	大众：一骑绝尘
P33	SUV：一枝独秀
P34	让萨博附体

资本

盘点	
P36	汽车股后市风险倍增

视界

P58	夺眼不纠结
-----	-------

特写

乘用车	
P68	正面抗衡合资品牌
P70	本田跌落之后
P75	如何救赎讴歌
P80	创始者的后发力
商用车	
P83	破局公路客运谜团
P86	导入“正向”卡车文化
P88	商用车市场需要正能量
P89	公务车的“例外”
经销商	
P90	升级终端销售
零部件	
P92	邓禄普为“10%”努力
P94	德尔福发力商用车
P96	扩张无止境
P98	压力下的“动力”引擎

【目录】Contents



以下城市机场均有销售:

- 01 首都机场
- 02 上海浦东机场
- 03 广州白云机场
- 04 重庆机场
- 05 昆明机场
- 06 杭州机场
- 07 济南机场
- 08 烟台机场
- 09 长春机场
- 10 成都机场
- 11 太原机场
- 12 南京机场
- 13 武汉机场

展示: 北京、上海、广州

零售(宾馆、书店、超市、报刊亭): 北京、上海、广州、长春、重庆、成都、昆明、沈阳、济南、烟台、南京、武汉、太原等。

报告

视点

P102

消费升级VS营销新策

品味

新营销

P108

APP时代颠覆汽车营销

竞技

P114

创新让超级卡车大赛更精彩

动态

P/108

APP时代颠覆汽车营销

随着APP的快速发展,近几年汽车企业比如奥迪、宝马MINI、福特、大众、斯柯达等汽车品牌,已经将智能手机和移动互联网作为其品牌广告投放的重要渠道,而且在力度上也在逐年加大,这也直接令APP移动营销成为汽车品牌营销领域的最新看点。

网络合作媒体(排名不分先后)

