

产销翻番 东风本田驶上高速路

完成产销目标胜券在握

刘裕和介绍,今年11月份,东风本田实现销量13826辆,创历史新高,比去年同期增长55%,这也是东风本田连续第6个月保持销量过万纪录。今年前11个月,东风Honda累计实现销量114482辆,其中CR-V实现销售40568辆,CIVIC销售73914辆。照这个势头,完成12.5万辆的年销量目标已经胜券在握,这个成绩比去年翻了一番。东风本田目前的产能是12万辆,也是目前国内汽车唯一销大于产的企业。

新CR-V定位准确独领风骚

今年4月上市的新世代CR-V是东风本田的主力产品,受到市场的热捧,上市八个月仍在排队提车。刘裕和执行副总经理表示新CR-V能取得如此成功,几方面的综合因素起到了决定作用。

首先,新世代CR-V是一款世界车型,作为CR-V的第三代产品,在全球拥有250多万用户。新世代CR-V的外观具有都市感、高级感和轿车的流线型,而内饰则具有轿车般的豪华与科技感。同时,新世代CR-V采用了Honda最新2.0 L/2.4 i-VTEC发动机,2.4L功率提高了10马力,达到170马力;2.0L的油耗则降低了10%。此外,本田的G-CON钢骨缓冲架构、六安全气囊和车辆稳定性辅助装置VSA配置,使最高档的Vti-S车型实现了顶级安全性。车内也达到了低VOC(挥发性有机化合物)排放,尾气排放达到欧IV水平。

其次,新世代CR-V具有精确的市场定位。新世代CR-V定位于中高档SUV,具有轿车舒适性和商务车



东风本田执行副总经理刘裕和

理刘裕和日前就此接受了媒体的专访。

的高级感,抢占了很多中高级轿车的用户。

第三,与老款CR-V相比,新世代CR-V采取了合理的定价,产品配置和价值提升了10000多元,而价格却下降13000多元,相当于让利用户23000多元。手排档上市后,价格分布在20.78万~25.28万元之间,为消费者提供更多的选择。

第四,新世代CR-V的营销非常成功。在公司整体营销的指导下,东风本田特约销售服务店针对各自区域的地域特色,采取不同的营销手段,吸引了广大消费者。

在上个月的广州车展上,新CR-V手排档正式上市,丰富了新CR-V的车型品种。刘裕和介绍,新世代CR-V强调轿车和商务车、家用和商务的概念,油耗能够与中高级轿车媲美,具有卓越性能,而此次推出的CR-V手排档,应该能够满足消费者对于手排档驾驶乐趣的追求,为消费者提供更多、更好的选择,同时东风本田也希望借此提升CR-V

尽管成立只有四年多的时间,但凭借旗下CR-V和CIVIC两款产品的热销,东风本田在国内车市的地位已经不容小觑,正逐渐成长为一支重要的力量。尤其是从去年以来的高速发展,让东风本田更是吸引了业界的广泛关注。目前仅有两款车型的东风本田,究竟有何成长的秘诀?东风本田执行副总经理



的市场竞争力。

丰田的RAV4据悉即将国产,雪佛兰的科帕奇也有很大的可能国产,而东风悦达起亚的狮跑已经国产,它们都将成为新CR-V的市场竞争对手。刘裕和表示,东风本田并不惧怕竞争,对于新CR-V的前景也充满信心。他强调,CR-V的市场表现有目共睹。1—10月份,CR-V市场占有率11.8%,同比增长61.5%,远远高于行业增长水平,连续位居中高档SUV销量冠军,尤其是9月份已成为SUV系列的新销售冠军。目前,CR-V供不应求,东风本田已经采取各种措施提升产能,力争让消费者早日提车。

CIVIC添新军推广环保

目前的中级车市场竞争相当残酷,具有相当实力的新车型不在少数。作为东风本田的另一款主力车型,CIVIC上市快两年了,其市场表现在竞争中却从未让大家失望。刘裕和介绍,CIVIC沿用Honda的全



环保非常重视,在导入每一款产品时,都具有“环保、节能”特性。本次上市的思域混合动力车的意义在于,希望能够借此引领中国汽车市场的环保理念,推广东风本田的环保意识。

挖掘潜力提供更佳服务

好的产品也需要对路的营销策略和完善的售后服务,获得成功的东风本田在营销思路、网络建设,以及售后服务等方面还将有哪些举措和新的思路呢?刘裕和透露,目前全国的东风本田特约销售服务店已开业150余家,计划2007年开业175家特约店。在这个基础上,东风本田秉承着“三个喜悦”,可以更有效地开展区域活动,为消费者提供更加周到的服务。

从12月1日起,东风本田正在全国特约销售服务店中开展“养护爱车 温情暖冬”2007年冬季服务双周活动。在2007年7月公布的J.D.Power售后满意度调查(CSI)中,东风本田获得820分,在小样排名中位列第八。今后,服务双周活动将成为东风本田客户活动的重要内容之一持续开展,同时,东风本田将努力在2008年J.D.Power CSI调查中实现前三的目标。

刘裕和表示,东风本田还有很多潜力可以挖掘,通过增加营销渠道、加强营销能力、提高售后服务水平,为消费者提供更多的可供选择的产品,更多更好的服务。

CIVIC Hybrid·引领务实环保潮流

东风本田进口销售的CIVIC Hybrid(思域新混合动力车)在今年的广州车展上一经发布,立刻博得了满堂彩。其2698万元的售价,与目前在售的价格高昂的其他混合动力车相比也更加务实。其作为混合动力车型所承载的环保意义,更是无法用金钱价值进行衡量。

作为一款原装进口整车,在CIVIC成熟车型上开发研制的CIVIC Hybrid,可谓是一款非常实用的车型。该车采用了最先进的Honda Hybrid混合动力系统,1.3L 3层次i-VTEC主动力发动机根据智能化控制的VTEC(可变气门正时及升程电子控制系统),通过低转速、高转速、气缸停止的三个阶段对阀门进行控制。辅助动力的电机安装了小型化高效率的Honda IMA(综合电机辅助系统)。CIVIC Hybrid这两个动力组件的结合,实现1.8L发动机的良好感觉与强劲行驶动力。同时由于采用了联合再生制动系统,成功地提高了燃油经济性及驾驶舒适性。权威测试数据表明,CIVIC Hybrid的综合工况油耗为百公里4.7L,较CIVIC Exi AT下降37.42%,而其排放早已超越欧

IV标准,约为普通中级轿车的50%左右。

据东风本田相关人员透露,在国内环保车型市场消费不成熟的情况下,CIVIC Hybrid明年全年的销售预期目标为400辆。显然这个数字对东风本田一个产销12万辆的企业而言回报甚微,但是东风本田执行副总经理刘裕和表示,CIVIC Hybrid的进口销售,并不是为了销量和赢利,其更大的意义在于为中国车市带来环保理念,毕竟环境保护的收益是绝对不能用金钱价值进行衡量的。

值得一提的是,一向热衷环保公益事业的东风Honda借助此款环保车型上市的机会,再次祭出绿色营销这把利器,一个以环保为主题的CIVIC(思域)“亲海之旅”活动也在全国范围内开启。

东风本田在发展中坚持绿色概念,不仅生产高环保为特点的现代汽车产品,同时举办和推动各种环保活动,以多种方式推动社会对环保的持续关注。引进有“环保先锋”之称的CIVIC Hybrid(思域新混合动力车),开启“亲海之旅”正是其坚持绿色发展,不断向社会推行企业环保理念的坚实行动。



CR-V导演SUV格局突变

上市八个月仍在排队提车——东风本田新世代CR-V的魅力让众多消费者宁愿等上一个月甚至更久。乘联会统计数据显示,自4月上市至10月底,新世代CR-V已累计销售30158辆,连续6个月位居中高档SUV销量冠军,尤其是9月份以5514辆的销量一举登上SUV系列销售冠军宝座,达到其上市以来历史最高销量,市场占有率达到15.5%,同比增长188.8%。

东风本田于2004年投产的CR-V是中国市场第一款面向城市的SUV,长期居于中高档SUV的销售冠军。今年4月,CR-V的第三代车型新世代CR-V自动挡上市销售。以“安全、环保、节能、驾趣”为诉求的新CR-V,定位于21万—25万元的价位基本维持了老款CR-V的价格,但在性能等各个方面都有着全面而巨大的进步:四速变速器变成了五速,外形更加时尚动感,车身和内饰做工更为细致和高档。其中2.4Vti-S车型更是装备了6气囊和VSA,使得性价比进一步凸显。相较于其他对手,新CR-V的性能价格优势不言而喻。

兼具轿车概念和商务车概念的新世代CR-V一经推出,就引领了SUV系列市场的全新概念,改变了SUV耗油量、只适合越野的传统观念,受到消费者的热情追捧。新世代CR-V持续不断的热销,激活了沉闷已久的SUV市场,新老SUV车型纷纷以CR-V为营销目标。正是在新世代CR-V的带动下,SUV系列销量同比增长50%。

新CR-V看准了那些追求精致生活的成功商务人士对旅游、休闲生活的向往,以“商务与休闲的完美融合”为切入点,填补了SUV系列



的市场空白,但上市时间如此之短就夺得了SUV系列冠军,仍然是一个奇迹。

乘胜追击之下,东风本田于上月的2007广州车展上,再次推出新CR-V手排档经典版和豪华版两款车型。新CR-V手排档在SUV系列车型中首次配备机械式六速手动变速系统,在满足手排档舒适易用、提

升驾驶者操控乐趣的前提下,加速平稳,响应快捷,使车辆操控响应更灵敏。手排档车型的推出,不仅满足了消费者对于手排档驾驶乐趣的追求,还使得新CR-V车型系列增加到五款,使其价格分布在20.78万—25.28万元之间,为消费者提供了更多、更好的选择,提升了新CR-V的市场竞争力。