成功挑战最高目标

东风日产完美收官2011

新年伊始，东风日产公布了最新的销量业绩：2011年，东风日产不仅成功达成77.2万台的既定目标，更成功以80.8万台的成绩突破年度挑战目标，同比增长高达22.2%，以3倍于行业的增长速度缔造行业瞩目的“东风日产奇迹”，实现完美收官。

全车系百花齐放，新天籁独领风骚

2011年，东风日产旗下全车系百花齐放，齐头并进，在各自细分市场上均有不俗表现。其中，天籁、轩逸、新TIIDA、新逍客、阳光五款主力车型长期保持月销过万的最佳状态，为东风日产达成80万台挑战目标提供了强大助力。

作为东风日产的旗舰车型，天籁在2011年的中高级车市场上独领风骚，全年销量达156,165台。天籁王者地位的获得并非偶然，VQ发动机与CVT无级变速器、BOSE音响、全景天窗、“CARWINGS智行+”系统等配置，让天籁无论在动力性能，还是在舒适性上都达到傲视同侪的领先水平。

SUV市场上，“城市双杰”奇骏、逍客稳居SUV市场主流阵营。年初上市的新逍客表现抢眼，数次斩获SUV市场的单月销量冠军。它以科技、时尚的智能元素，迅速俘获了众多消费者的心。2011年11月18日正式登场的新一代奇骏，以“CROSS CITY跨越酷尚城市”为开发理念，汇聚日产先进的C平台造车技术，具有超越同级城市SUV的高性能，以智观、智驱、智享三大核心优势开创了城市SUV的智酷全能新风潮。而豪华跑车型SUV楼兰的颠覆性加入，更使东风日产成功卡位高端SUV市场，率先在该细分市场完成梯队式车型的战略布局。

在竞争激烈的中级车市场上，东风日产的表现同样抢眼。轩逸、新骐达、阳光这三员猛将，从体面、品质、宽适、节能四大方面紧紧贴合中级车市场的消费需求，成为众多消费者的购车首选。2006年上市的新轩逸，在上市5年后依然保持强劲的销售势头，月均销量过万，以强大的产品力不断巩固中级车市场的价值标准；2010年年底在中国全球首发的SUNNY阳光，凭借超大的空间、仅5.8L百公里的卓越节能技术以及过人的性价比，在10万元区间的中级车市场上强势称霸。此外，在去年4月携T而来的新一代TIIDA上市即热销，连续7个月销量破万，是细分市场上当之无愧的明星车型。

创新不止，东风日产赢在体系

2011年的完美收官，不仅在于东风日产诸多产品的全线爆发，更得益于东风日产强大的企业体系力。不管是在产品线布局、水平事业发展，还是在产品研发方面，东风日产都一直坚持创新，向最高目标挑战，为广大消费者创造更美好的“人·车·生活”。

2011年底收官的“创新之旅”无疑是东风日产创新实力的集大成所在。在技术、文化、管理、品质、营销、服务等方面，东风日产都在创新之旅上对自身创新能力做了最深层的剖析。技术上、文化上的创新催生了管理上和品质上的创新，而管理和品质又呼唤与之相配的营销和服务创新。一环扣一环，一步跟一步，东风日产凭借着自我否定的态度和创新不止的精神，将每一件事和每一个细节都做成了标杆。

在营销体系上，“哥德巴赫猜想”的创新应用表现不俗，截至2011年11月，东风日产“1+1”营销战略在83个城市共196次实现，其中10个城市更实现了“1+1+1”，即“天籁市占率第一+SUV市占率第一+全车系市占率第一”。

另外，运用MINIBOOTH主题车展、NTSDF高科技体验营以及都市新快线等方式，更深入销售终端，在巩固一、二线市场的同时，拓展三、四、五线城市新市场；结合社会热点举办业内最新体验活动，如奇骏南极之旅、奇骏逍客南非世界杯、骊威连连看等，在取得圆满成功之外，更是让广大媒体印象深刻，屡获好评。

在服务上，东风日产更是坚持了一如既往的高质量、高标准。东风日产首创厂家主导的会员积分回馈体系N-Club，全新演绎“客户价值”，上线仅5个月便吸引了100万会员的加入；东风日产在旗下多款车型上，首推“N延保”汽车售后增值产品，办理了该项目的车主，可在原厂保修期满后，继续享有同等待遇的服务。

不仅如此，东风日产还推出“双人快保”服务，利用两名技师熟练的协作，把汽车保养时间缩短至30分钟内完成，令顾客充分享受到“立等可取”的便捷服务；推出纯正精品网购、N易贷、车易换3大网络服务平台，打响开拓电子商务领域第一炮。

“如果一定要用一个词来总结2011年的话，我想能且只能用这个词来总结，那就是：完胜。”东风日产副总经理任勇如是说道，“2012年将会是更激动人心的一年，也将是东风日产跨越100万台的历史性里程碑。我们会用必胜的信心与决心，去挑战更高目标，续写‘化不可能为可能’的奇迹。” **（陆小虎）**

销量突破16万　勇夺中高级轿车年度销量“四连冠”

第八代雅阁一骑绝尘 再续王者神话

大气外观及舒适宽敞空间是雅阁制胜关键

来自中国汽车工业协会的数据显示，2011年广汽本田第八代雅阁累计销量达到160735辆，遥遥领先所有竞争对手，勇夺2011年国内中高级轿车市场销量冠军，这也是第八代雅阁2008年上市以来，连续四年夺得中高级轿车年度销量冠军，创造了中国车市的新纪录。

中高级轿车市场历来是汽车厂家的倾力必争之地，“得中高级轿车者得天下”。2011年中高级轿车市场竞争空前激烈，年度销量冠军的称号，无疑是2011年中国车市含金量最高的一块金牌。第八代雅阁用“四连冠”的事实，有力地回击了竞争对手的挑战，再一次证明自己才是无可争议的中高级轿车王者。

I-VTEC发动机是Honda独有技术

“双核”驱动，雅阁魅力感动百万用户

车市竞争，比拼的不仅是速度，更是耐力，而最终体现的是产品的综合实力。第八代雅阁之所以能够在众多强敌中杀出重围，靠的是强大的产品力和服务力。用广汽本田一位经销商销售经理的话来说，第八代雅阁拥有产品、服务“双核驱动”，首然所向无敌。

产品魅力

雅阁素有中高级车市“操控之王”的美誉，在它的身上，汇集了Honda主流的先进技术，实现了动力、操控、安全和燃油经济性的完美统一。第八代雅阁以“高质感和运动感”为开发理念，让操控品质更进一步。雅阁所采用的双横臂式前悬挂、多连杆独立后悬挂，是在少数高档车上才会采用的悬挂系统，提供了最佳的行驶性能、操控性能和制动性能。此外，VGR可变齿轮比转向系统，配合新增的前悬挂支柱顶部加强杆，加强了车身刚度、减低转弯侧倾，还使车辆的转向感更加灵敏和直接。

在消费者日益关注车辆安全的今天，雅阁强大的安全性能，成为其畅销的又一重要因素。在第八代雅阁身上，首次应用了Honda的ACE（Advanced Compatibility Engineering）“高级兼容性车身设计技术”，高强度钢板的使用量位突破性的提升至48%，它还装备了齐全的六位一体电子安全系统，包括ABS(防抱死制动系统)、EBD(电子制动力分配系统)、TCS(牵引力控制系统)、BA(制动力辅助系统)、SC(防侧滑系统)和VSA(车辆稳定性控制系统)。

2008年，第八代雅阁以总分50.3分的成绩荣获C-NCAP五星+的最高安全认证，创下国内轿车市场C-NCAP碰撞的最高分，并成为同级别轿车中第一款获得五星+评价的车型。而2011年年初，在美国国家公路交通安全管理局(NHTSA)的碰撞试验中，2011款雅阁轿车力压众多豪华车品牌，获得5星级最佳整车评价，而且是唯一一个同时在正面、侧面和翻滚碰撞测试中均获得五星评价的车型。雅阁获得双重安全认证，再次印证了雅阁品牌超越同类的可靠安全保障。

作为拥有35年历史、历经八代进化、畅销全球的车型，雅阁的卓越品质已经深入人心。广汽本田拥有一套严格的质量控制体系，每一辆雅阁出厂前都会进行严格的测试和检查，涵盖了车辆的性能、各总成部件的机能和外观商品性等领域的540多个项目，严谨的造车理念和品质保障体系，确保每一辆雅阁都是高品质的商品，让用户时刻感受到安心的用车体验。多年来，雅阁在J.D.Power新车质量调研(IQS)中，成绩始终名列前茅。

服务魅力

雅阁不断升级的服务标准，让用户毫无后顾之忧。第八代雅阁则上市就率先推出三年或十万公里保修政策，一举树立中高级车市服务新标杆，不仅受到广大消费者的高度好评，也在行业内引发了一场服务升级战。广汽本田此后一直没有停止在售后服务领域的改善和创新。

在J.D.Power亚太公司发布的2011年中国售后服务满意度指数研究(CSI)报告中，广汽本田以超出行业平均分63分的优异成绩一举夺得第一名，896分的成绩更是创造了该项调查11年来的最高纪录。值得一提的是，广汽本田连续三年位居中国售后服务满意度指数研究(CSI)前两名，在业内位居一项难以企及的新纪录。

广汽本田CSI夺魁不是偶然，而是广汽本田服务体系整体提升的必然结果，也是多年来广汽本田一直坚持以实现顾客“购买的喜悦”为出发点，不断完善售后服务体系的成果。早在成立之初，广汽本田一直坚持“三个喜悦”的经营理念，将客户“购买的喜悦”放在首位，不遗余力地为客户提供优质的售后服务。广汽本田是国内首个导入以售后服务为中心，集整车销售、售后服务、零部件供应、信息反馈四位一体的销售服务模式的汽车厂家。多年以来，广汽本田始终坚持围绕“提高客户满意度”来建设和完善售后服务管理体系，以“亲、速、确、安”为服务口号，以提供超出顾客期待的服务为目标，通过开展丰富多彩的服务项目，不断完善自身的服务体系，持续提升特约销售服务店的服务能力和服务水平，致力于向用户提供优质满意的服务。目前广汽本田已经在全国建成了470多家特约店，为近220万客户提供服务。