

Cares



为了使Hino能成为一个一直深受客户喜爱的品牌，Hino应该做些什么？在Hino成立75周年之际出任Hino董事长的下义生对此发表了热情洋溢的讲话。



不断挑战，不断提升自己的品牌价值

下义生
Hino董事长

2017年，Hino（日野）迎来了成立75周年。一路走来，Hino如今已在全世界87个国家和地区开展了业务，并自1973年开始连续44年在日本国内蝉联大中型卡车市场占有率No.1的宝座。“众多前辈的一腔热情与努力以及诸位相关人员的协助成就了今天的Hino。而我们应该做的，就是充满自信、自豪地从前辈手中接过Hino，并继续提升Hino的品牌价值，之后再将它交予后继者”。于Hino成立75周年之际就任Hino董事长的下义生如此说道。下董事长于1981年入职日野汽车，曾作为技术人员参与过大客车的设计，也曾担任过NAPS开发的项目负责人，之后相继出任美国日野销售副总经理、海外企划部长、北美事业部长等，2011年任执行董事，2012年任常务董事，2015年任专务董事。就任董事长前一年在丰田汽车任常务董事，负责合作事宜等企业战略。下董事长是Hino自2001年成为丰田集团的子公司后，首位Hino出身的董事长。

“Trucks and buses that do more（功能更全面的卡车和大客车）”。下董事长放眼25年后的成立百年纪念，为Hino提出了全新的宣传口号。不知这句宣传口号中包含了怎样的期望呢？“大客车和卡车都是人们在社会生活中不可或缺的车辆，我认为首先我们Hino自己要重新认识到这一点，然后再一步步向世界各地传播这一观点。大客车和卡车是一种生产物资，我们应该让它们作为一种好用、有用的‘工具’尽可能地实现无限接近于100%的运作率。为此，我们致力于制造安全性高、故障率低的车辆，采用轻量化技术以提高车辆的载重量，采用节能技术以提高燃耗率，在常规检修及车辆出现故障时快速应对，使车辆的正常运行时间达到最大化。但我们并未止步于此，日野团队将站在客户的立场上思考为了制造出‘Trucks and buses that do more（功能更全面的卡车和大客车）’自己究竟能做些什么，希望今后能不断创造出更多的可能性”。

下董事长说道：“我们首先要做的是，将现行的Hino全方位服务升级为‘Total Support customized for each vehicle（最完善的Hino全方位定制服务）’”。“截止至2017年，全世界大约有160万件Hino产品投入使用。每一件产品的状态都会因使用环境及使用方法而产生不同。那么，每一件产品都应该有最适宜的全方位定制服务。也就是说，既然有160万件产品，那么我们就应该提供160万套全方位服务方案。这才是最棒的全方位服务。努力令每一位客户的卡车或大客车保持最佳状态，为客户的业务作出更大的贡献，更好地支持人和物的移动，最终就能为社会作出贡献。因此，我们并未满足于为客户提供品质优良的商品和可实现正常运行时间最大化的全方位服务，我们将积极挑战崭新的领域，通过网络为客户和社会架起沟通的桥梁”。



新的标语

“Trucks and buses that do more”



优质商品



全方位服务



新领域

| 至今为止以车辆为中心的领域 |

“在对全方位服务进行优化升级的过程中,我们必须谨记,要结合各国各地区实际情况开展活动。除了一直有实施的‘地区适用车’的制造之外,我们还必须大力推进‘地区适用全方位服务’,充分考虑不同国家和地区的客户思维方式以及每一辆车的使用方法。为了实现这些目标,大力推进所需人才的培养和团队的建设就显得尤为重要”。“人才”是品牌实力的最大源泉,下董事长就Hino今后的人才培养谈道:“如何建立企业与客户之间的关系,这不仅是商用车制造商的课题,许多其他领域的企业也都在采取各种措施解决这一课题。我认为对于Hino来说最重要的是不要认为Hino就是做得最好的,应该虚心向其他企业学习,积极采纳对我们的客户有益的想法。因此,我们希望培养不被现有规定所束缚,具有创新思维和可顺应时代变化的速度感的人才。企业不应该只肯定成功,而是应该构建一个能够对勇于挑战、永不言弃的精神进行肯定的体制”。

如果Hino想一直做一个能够长期满足客户和社会需求的品牌,那么下董事长提出的方针中反复提到的“勇于挑战、永不言弃”的精神正是不可或缺的要素。“今后社会与网络的关系将越来越紧密,随着社会的发展,网络会为人们带来新的便捷性,但同时也将产生新的问题。我们应该勇于面对问题,为客户提供客户所需。要做到这一点,或许并不能单靠产品的制造。又或许我们应该做的事与以往的思维方式大不相同。但我们Hino会一直关注客户,努力与客户成为真正的商业伙伴,用心支持客户的车辆和业务,进而为社会作出贡献”。为了成为能贯彻“定制优先”的强势品牌,Hino将不惧变革。从下董事长的发言中,我们能感受到这种坚定的态度。

Hino很清楚自己该走的道路



Calinog Bus Line (CBL) /

Mr. Quirino Celeste Jr., Chairman of the board
Ms. Maria Rose Celeste, President



“我们完全臣服于Hino的优异性能”。

Calinog Bus Line(CBL)是一家在班乃岛伊洛伊洛市与卡里诺格镇之间，开设往返线路的公共交通客运公司。Celeste先生说道：“公司由我父母创建于1968年，创业伊始，公司仅有一辆大客车，而现在已经拥有了包含日野车在内的总计32辆大客车。我是在1978年接管了公司。”公司总裁Celeste夫人补充道：“我1984年与他结婚，之后便开始参与公司的管理”。“客运巴士每隔15分钟发一班车，每辆客车一天跑4个往返。一辆客车一天的平均行驶距离超过300公里。并且，行驶路线当中包含一些未铺修的道路，因此客车的性能如何将直接关系到维护费用的高低，也会影响到公司的收益。” Celeste夫人说道。如何令每天的长距离行驶能够长期顺利实现，是一个至关重要的问题。

Celeste 回顾道：“我们与Hino的关系要从1979年购买了第一辆日野KM大客车开始说起。那之后，我们又在1996年购买了3辆FC大客车。FC大客车的高燃效和低故障率提高了我们对日野车的信赖度，也让Hino牢牢抓住了我们的心。之后，我们从2012年开始陆续为公司增加日野车，到目前为止，我们已经拥有了26辆Hino大客车。”巴士是一种公共交通工具，因此，将乘客安全且准时地带到目的地显得尤为重要。关于这一点，Celeste夫人笑着说道：“日野的大客车顺利实现了每15分钟一趟班次的定时行驶。”

二人最后说道：“不仅如此，日野的客车只需要最低限度的维护保养，零件也很容易买到，这为我们省了不少事。所以我们认为，使用Hino的大客车，应该能继续提高公司的收益。公司收益得到提高的话，我们就能购买更多的日野客车，这样一来就能帮助更多的人，让更多孩子能乘坐公交巴士去上学。这是我们的梦想，我们也认为这份工作很有意义。”

Hino Owners’ Voice Republic of the Philippines



Inland Corporation /

Ms. Maria Teresa R. Antonio, President

“Hino为我们带来了幸福”。

InlandCorporation是Ms. Antonio的父亲，也就是公司前任总裁于1976年以几辆二手Hino卡车创立起来的报关公司。她从学生时代就开始在公司帮忙，当时她负责处理所有物流相关业务。现在，InlandCorporation已成为一家以运输业、仓储业、冷藏仓库业为主要业务的综合物流公司，在Manila（马尼拉）、Cebu（宿务）、Laguna（拉古纳）等地都设有分公司，业务范围已扩大至菲律宾全国各地。

Ms. Antonio 说道：“运输业的业界竞争日益激烈，除了高品质的运输质量之外也要求可靠性，于是当我在寻找故障率低、日常维护简便的新车时，我又重新遇到了Hino。Hino具有日本产品的可靠性和出色的性能，并且，Hino会作为一个生意伙伴与我们一同成长，与我们一同思考可为客户提供的运输手段（mode of

transportation），为我们带来了我们需要的东西”。

目前，该公司拥有的Hino车约为30辆，今后也将定期购入Hino车，并计划慢慢增加冷藏冷冻车、支持电子商务的小型卡车等各种车型。“我们打算在3年内将公司的所有车辆都更换为Hino车。在每一天的业务中，我认为最重要的是保持心平气和。日野的卡车平均每天能无故障行驶150km，并且油耗也不高。Hino车的性能让我们感到非常幸福”。

该公司在自己所处的Tondo地区为公司附近的贫困地区儿童创建了学校。“我们每周六为500~600名儿童提供餐食。对于一部分儿童，我们对其饮食、医疗、教育进行全方位援助。今后我打算扩建学校，希望能帮助这些孩子们考上大学”。Ms. Antonio为我们讲述了她希望为自己所在地区做出社会贡献的满腔热情。

Omnico Consortium, Inc. /

Mr. Joseph L. Chua, President

“创业至今20年，我对Hino一直非常满意”。



Omnico Consortium, Inc.是一家创立于1997年的混凝土制造商。在连续2年为高速公路Metro Manila Skyway独家提供混凝土后，又成为马尼拉国际机场第2、第3航站楼及主要高速公路工程的混凝土供应商，除此之外，还为马尼拉市区及近郊的高层建筑开发提供混凝土。

Mr. Chua 说道：“创业初期，公司的70辆卡车中有15辆是从台湾购入的二手Hino车。之后，我每年都从台湾购入2~3辆二手Hino车，今年是第一次一次性购入60辆全新的Hino FS搅拌车”。

“混凝土运输车辆每天平均要往返4次，每次单程距离约为25km，因此我们需要可靠、低油耗、并且耐久性强的车辆。在2000年的净水厂建设项目中，项目所在地是一片相对隔离的偏远地区，没有一条像样的路与外界连通。其他公司的车辆都中途抛锚，没能顺利到达工地，但我们公司的日野车耐久性强，发动机动力强劲，一直为工地运输混凝土，直至项目完工”。

之后Mr. Chua又继续对我们谈了一些他对Hino车的看法。“本公司目前有160辆Hino车，占公司拥有车辆总数的80%。Hino车耐久性强，发动机动力强劲，品质很可靠。因此，我打算今后都固定选择Hino品牌的产品，慢慢将公司的所有车辆都更换为Hino车。从车辆的技术问题处理和补充零件的保存、管理等方面来说，固定选购一个品牌的车辆也比较方便，所以我经过慎重考虑后选择了日野。创业至今20年，我一直都在使用日野车，而日野车也令我感到非常满意。我打算继续购入日野的新车，这样我就能将更多的精力集中在开发新业务和新客户层以及更高品质的商品上了”。





日野为我们的业务活动提供了最适宜的
车辆配置和车辆性能

左：Carlos Arturo Betancourth 先生 右：日野车驾驶员

I.R.C.C. El Corral / Mr. Carlos Arturo Betancourth, Logistics Manager



El Corral公司在哥伦比亚国内拥有420余家汉堡店，同时还经营有餐厅、啤酒站等11种餐饮业务。每天都会有新鲜食材配送至这些店铺。Betancourth先生说：“仅圣菲波哥大市内每天就可售出大约1万零200个汉堡”。

该公司1年前开始导入日野小型车。Betancourth先生说道：“我们导入日野车的契机，是因为它采用了后单胎，同时也强化了载重量，看了车子的规格说明书后我们认为这样的车型非常适合用于我们的业务活动。实际使用之后我们发现了日野车的新魅力。在一些配送路线上，日野车的燃料费比其他品牌车辆大约要节省30%左右。并且所有日野车驾驶员都反映日野车乘坐舒适、容易操纵等，纷纷表示今后也想继续驾驶日野车。售后服务方面也没什么问题。我们对日野非常满意。”

当被问及今后的业务展望时，Betancourth先生笑道：“我们计划在2020年~2022年间在国外开设餐厅，并将公司的业务规模扩大为现有规模的2倍。日野车的数量当然也要增加”。



希望今后也一直能用
日野车为许许多多的
顾客们送去我们的商品

Productos Ramo /

Produtos Ramo创业至今已有超过65年的历史，是哥伦比亚最大的面包、零食和蛋糕生产商。该公司的商品——“CHOCORAMO”，是一款包裹着巧克力的零食，40多年来人气居高不下。Benavides先生说道：“我们租用了550辆小型货车，将本公司的商品直接配送至哥伦比亚国内约280,000家店铺。

一开始我们使用的都是其他品牌的车辆，3年前



日野为我们带来了“最少的车辆停运时间”。

Rodrigo Pinzón 先生（正中）与司机们

Transportes Alianza / Mr. Rodrigo Pinzón, General Manager



Alianza公司于1958年以35辆巴士开启了业务活动。如今，公司已拥有160辆城际巴士。最长的行驶路线是Montería~Bucaramanga，单程行驶距离700km，这条长途线路主要是日野车在跑。Pinzón先生对其中的理由进行了如下解释。

“我们在2003年分别对日本、欧洲和巴西生产的巴士的性能进行了比较。结果显示，行驶性能最好的是日野车。而且对于客运巴士而言，乘坐的舒适度很重要，日野在这一点上得到的评价也很高。”但Pinzón先生对日野的评价并不仅限于车辆性能。“日野的维护服务也是最好的。即使遇到车辆必须进行维修的情况，日野也能在比其他公司更短的时间内完成维修。这无疑是为我们实现了‘最少的车辆停运时间’。”

在采访的最后，我们询问了Pinzón先生将来的梦想。他回答道：“我们公司是家族产业，所以我很希望我儿子以后能接替我，接管公司。然后，我也很希望继续扩大公司业务，希望今后能在其他国家发展我们公司的巴士服务业务。”



手持“CHOCORAMO”的 Benavides 先生

Mr. Pablo Andrés Benavides, Logistics Director

尝试着使用了日野车。使用后最直接的感受就是，日野车的乘坐舒适度和车辆性能等都比我们之前使用的其他车辆要好。我觉得日野是一个非常优秀的品牌，直至今现在我也依然对此深信不疑。所以今后我想再增加一些日野车的数量。”关于今后的事业发展，Benavides先生说道：“今年将开设新的工厂，提高生产能力，同时也计划发售新商品。”今后日野车大显身手的机会似乎将越来越多。

Hino大型低地板大客车底盘出口、从台湾开始。

一听到“低地板大客车”这个词，应该有不少人脑海中能立刻浮现出它的样子吧。顾名思义，所谓“低地板大客车”就是指将车厢内地板设置为超低地板，消除上下车踏板的高度差，以便于老年人及残障人士上下车的公共汽车。我们（日野）为了缓和高龄化及交通拥堵等现象所带来的社会环境变化，希望这种大客车今后能在世界各国获得更多的普及。

Hino从2015年开始向台湾出口大型超低地板HS大客车底盘。“台湾政府为了加速无障碍化的普及，正积极促进低地板大客车的导入。Hino车品质优良，同时还具有油耗低、性价比高、耐久性强、零件供给便捷等优势。同时，客户希望具有这些优势的Hino能推出低地板大客车的呼声也日益高涨，因此为了

满足这些呼声，Hino于2013年决定开发面向台湾市场的超低地板大客车HS系列底盘。经过2年时间的开发阶段，该产品终于问世了”。BUS/PRODUCT PLANNING DIV.大客车出口主管风间彻说道。

Hino的“地区适用车”构想是旨在根据各个地区不同的要求设计开发出具有“满足当地要求的配置”的车辆，这款面向台湾的超低地板大客车HS底盘正是在这种构想的指导下诞生的。“除了Hino大客车的可靠性、耐久性强、检修维修容易、低油耗等特性以外，我们还追求车辆的马力、行驶性能、操作便捷、刹车安全性及驾乘的舒适性。引擎以在台湾颇具实绩的RK/RN大客车上搭载的J08E-VD引擎为基础，将空气滤清器及中冷器配置改良为低地板大客车适

风间彻
商品开发部 主管



用的规格。其他比较明显的特征的话应该就是后轴采用了转向轴吧。除此之外，该产品还在底盘前后配置了储气罐等辅助机械以消除车厢内地板的高低差，确保车厢前部一直到最后排的座位处都为平坦的空间”。台湾当地的车辆制造商为Hino这款HS底盘安装车身后将其作为公交巴士投入了使用。

“Hino的超低地板大客车HS底盘获得了客户的好评，我们收到的订单数量远远超过了当初预计的年产量，这让我们感到非常惊喜”。Hino的低地板大客车销往全球的计划以台湾为开端，目前已预定在数个国家进行销售。相信你的国家在不远的未来也会实现由Hino低地板大客车带来的“人性化巴士交通”吧。



上图为新店客运公司保有的HS大客车的车内照片。

我们在前面关于科技的文章中介绍了日野HS大客车，接下来将为各位介绍HS大客车用户的心声。

日野全力满足客户需求

台北客运成立于1954年，隶属于首都客运集团，是台湾规模最大的公共运输客运业者。其行驶路线涵盖大台北地区89条市区公交和公路客运路线，以及4条国道客运路线，车队总数达958辆。台北客运以不断致力于提升服务品质为目标，在2012年取得了ISO9001认证。自2007年起，创下了连续20次获得台北市联营公车营运服务指标评价优等的纪录，经营成果获得各界肯定。

至今，台北客运已累积采购了超过3000辆日野客车。日野车辆的高品质和省油性能，是他们选择使用器的主要原因。2009年，政府为了推广无障碍乘车环境，推行补助政策，大力鼓励业者把用车更换为低底盘客车。由于当时日野并无低底盘客车商品，台北客运只能选择来自中国或韩国的低底盘客车。到了2016年，日野汽车选择了台湾作为HS客车在海外的

第一个导入地区。基于过去对日野车辆的品质与服务的信任，台北客运决定采购日野HS低底盘客车。目前已经陆续上路82辆，下半年计画再增购61辆，全面扩大低底盘客车的服务路线。

日野HS客车底盘精心设计，使车内无阶梯空间达到最大化，提供乘客更便利、舒适的乘车空间。在动力性能方面，HS客车是台湾市场上唯一免用尿素的低底盘客车，对控制营运成本有非常大的帮助。

日野汽车的产品，品质稳定，且致力于满足顾客的需求，加上经销商所提供的优质服务，作为台北客运的最佳后盾，充分展现了伙伴关系的精神，成为顾客信赖的基石。期待双方能继续深化合作，一同营造更友善的乘车环境，提供最佳的运输服务，共创双赢局面。

台北客运股份有限公司 / 李博文董事长



新店客运股份有限公司 / 张俊雄董事长 周德威经理

“我可以很自信地说，我很庆幸选择了日野汽车”



Mr. Chun-Hsiung Chang



Mr. Te-Wei Chou

新店客运从1980年开始导入日野车，为台北提供公共交通服务。“本公司目前在大台北地区开设有12条运营路线，共投入运行304辆客运车辆，其中有37辆是日野HS低地板大客车。而且我们打算今年再增加62辆。

本公司的大客车全部都是日野汽车”。张董事长自豪地说道。

“日野车的品质很高，所以本公司在20多年前就决定将所有运营车辆都换成日野车。我很欣赏日本的企业管

理，特别是日本汽车制造业完善的品质管理让我尤为钦佩。公司长年使用的大客车的耐久性和可靠性或许也正是源自这种企业形态。出色的车辆应该由优秀的驾驶员来驾驶。本公司有独立的人事委员会，委员会负责对驾驶员进行统一的价值观培训。本公司的驾驶员录用审核竞争非常激烈，业界其他公司一般都是驾驶员不足的状态，而本公司的一个岗位却通常有50位候选人来竞争。技术高超的驾驶员驾驶品质一流的日野汽车，这样的组合让本公司实现了最少的员工人数和最低限度的车辆维护，不仅成功降低运营成本，同时还维持了非常高的车辆运作率”

“政府从2009年开始将低地板大客车的导入作为社会福利政策大力推进时我就坚信，日野汽车肯定很快就能为我们提供低地板大客车。到了2016年，世界首款量产型HS大客车加入了本公司的车队。日野HS大客车让乘客上下车都比以前更加轻松，并且它的底盘设计使车辆能够设置比其他厂商车辆更为宽敞的无踏步区域，更加方便老年人和行动不便的乘客上下车，帮助本公司更好地履行社会责任。HS大客车是自动挡汽车，对驾驶员而言，车辆行驶时稳定性也更高。除此之外，HS大客车的发动机也很安静，输出也很顺畅，驾驶员们对此都很满意。”

“我们与和泰汽车及其经销商之间建立起了良好的信赖关系。建立起这种信赖关系需要很长的时间，日野不仅在购车时为我们提供热情的服务，即使在购车后也一直以合理的价格为我们提供高品质的服务。我可以很自信地说，我很庆幸选择了日野车。今后我也会继续选择日野的车辆。”



日野汽车75年走过的足迹

成立于1942年5月1日的日野汽车株式会社于2017年迎来了成立75周年纪念。75年来，日野顺应客户和时代的需求一路走来，本文将从这75年的足迹中摘录一些主题为各位进行介绍。日野汽车今后也将坚持不懈，努力提供满足客户和社会需求的价值。敬请各位今后也持续关注和期待日野汽车。

The History of Hino



日野重工业株式会社成立



推出重型牵引式货车



发售TH10型卡车



与雷诺进行技术合作

日野汽车销售株式会社 Hino Motor Sales Ltd.以及
日野汽车工业株式会社 Hino Motors, Ltd.诞生



Briska及Contessa车诞生



与现在的丰田汽车进行业务合作

20世纪40年代

20世纪50年代

20世纪60年代



大中型卡车销量居
日本国内首位



发售世界首款4轴低底盘卡车
KS300系列



发售ZY·KY

进入印度尼西亚、马来西亚、
巴基斯坦等亚洲国家市场



发售世界首款柴油混合动力客车



首次参加并完成
巴黎达喀尔拉力赛



包揽巴黎达喀尔拉力赛卡车组总成绩前三名



在日本国内发售
DUTRO (HINO 300系列)

日野汽车工业株式会社与日野汽车销售株式会社合并改组为日野汽车株式会社

20世纪70年代

20世纪80年代

20世纪90年代



海外销量首次增长
并超过日本国内销量

卡车、客车产量累计达300万辆



进入采矿车市场



混合动力卡车、客车销量
累计突破10,000辆



达喀尔拉力赛10L以下级别组实现八连冠、
连续26次完赛



在日本更新大中型卡车型款

21世纪初

2010 ~



发售北美市场专用车NAPS

请您协助完成 HINO Cares问卷调查

为了使本书内容今后能更加充实和完善, 希望各位能将您的感想告诉我们。我们将从填写调查问卷的读者中抽取10个名额送出日野的迷你模型车或日野帽子。送出Dakar Rally (达喀尔拉力赛) 周边礼品。



礼品示例

实际礼品可能与照片有所不同。礼品选定由编辑部全权负责。

请按以下方法填写问卷。

- 对于本期杂志各项内容的评价, 请在您认为与自己的评价相符的项目前画☑。

Article \ 您的观点	很好或 很有意思	好或 有意思	不好也 不坏	不好或 没意思
Hino's Vision				
Owner's Voice (菲律宾)				
Owner's Voice (哥伦比亚)				
Hino's Technology				
Owner's Voice (台湾)				
The History of Hino				

- 扫描或拍摄本页(或表格部分), 将图片以电子邮件的形式发送至marketing@hino.co.jp
※邮件发出前请确认邮件是否可读。

- 发送邮件时请将以下内容填写至邮件内容内。

①姓名 ②性别 ③公司名 ④职务⑤国籍 ⑥公司地址 ⑦公司电话
⑧与日野的关系(请从下列选项中进行选择:a) 顾客 b)经销商 c)代理商 d) 其他)

- 欢迎告诉我们本刊中您最喜欢的内容及其理由。

感谢您的合作。

请于2018年1月5日之前发回问卷。



Hino Motors, Ltd.
3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan



To read HINO Cares magazines online,
scan this QR code using your smartphone or access
http://www.hino-global.com/about_us/hino_magazines/

Global Site: <http://www.hino-global.com>

©Hino Motors, Ltd. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, copied or transmitted in any form or by any means.

Printed in Japan in 2017