



近日,由司法部、商务部等重要国家部门团委领导以及知名企业团委领导组成的26名精英团代表,清华大学等全国主流高校的40名大学生记者以及“最美启辰车设计大赛”的6名优胜者,一同来到东风日产花都生产基地,共同参与“东风日产·青年日”的系列参观采访活动。

据悉,“东风日产·青年日”是由东风日产举办的一次大型青年精英探秘东风日产的活动。青年大学生代表了象牙塔中的未来一代,而全国青年精英又是青年人群中的意见领袖。本次“青年日”活动旨在加深青年群体对中国汽车工业的认识和理解,激发青年群体更多的灵感与激情;同时,强调青年力量在实现汽车强国梦的重要作用。商务部直属机关团委书记邓勇表示,通过“零距离”接触,我们感受到东风日产朝气蓬勃的正能量,一大批才华横溢、充满激情的年轻东风日产人,让我们看到了青年力量的实干与冲劲,而这些,正是实现伟大中国梦的重要推动力。

创新起航 东风日产打造汽车设计新星
作为东风日产青年日活动的重要组成部分,“最美启辰车设计大赛”经过1个月的赛程,征集了168件设计作品,并由7位专家对作品进行了认真评审。活动当天,举行了最美启辰车设计大赛颁奖礼,6名荣获“最美启辰设计师”称号的优胜者,将收获的喜悦留在了东风日产。

据评委表示,参赛者的设计水平都非常高,不少富有新意的设计更达到专业水平。东风日产市场营销总部专职副部长叶磊表示,“最美启辰车设计大赛”搭建了一个释放青年创新力量的平台,也是中国合资自主

解构 10 年创新历程 青年力量托起中国汽车梦——全国青年精英、高校学子零距离探秘东风日产

品牌第一次向青年学生们发出设计人才征集令。它不仅是对青年学生创新激情和创意视觉的一种激励,更是东风日产产创新精神的一种延续与升华。

青年日活动当天,精英团代表还以“工业梦·青年的力量”为主题,与东风日产高层进行了深度沟通。司法部直属机关团委书记刘越表示,青年人的锐意进取,在东风日产这个平台上表现得淋漓尽致,为企业的持续创新带来了无限活力,是整个行业创新力量的最好样本。

敢于启用,善于培养,放手使用年轻人,充分释放年轻人的创造力和拼搏精神,是东风日产屡创行业奇迹的奥妙所在。“青年强,则企业强,企业强,则工业强,工业强,则国家强,东风日产青年的力量,让人看到了中国实现汽车强国梦的希望和未来。”交流会上,中国青年报社副总编辑毛浩总结道。

青年力量 带动行业创新
作为一家年轻企业,东风日产员工平均年龄仅为27岁。这些年轻的东风日产人,撑起东风日产10年从零到450万元的产销规模,创造年产值近千亿元,稳居行业前五的行业发展奇迹。

东风日产副总经理任勇表示:“从前端的研发设计,生产制造环节,再到后端的营销、服务领域,我们都有一大批优秀的年轻人,带动东风日产全产业链的创新。”通过行业间的交流推广,东风日产青年力量的创新成果,还间接推动了整个汽车行业的进步。

以花都工厂“总装信息化制造系统”为例,这套系统通过对生产制造各环节进行一体化管理,实现智能化生产,降低人力成本、提高生产经营效率。数据显示,该系统每年为公司节约运营成本3000多万元,工人递减单班80多人。同行多家企业纷纷前来学习交流,由此创造了巨大的社会效益和行业价值。

而由东风日产自主研发,并获专利认

证的“无人牵引解决方案”,使用成本比行业普遍应用的AGV系统低50%以上,节省人力超300人以上。“仅去年上半年,花都工厂改善案例就高达224项,难能可贵的是,大部分创新都是由20多岁青年员工提出并参与完成的。不少改善,还促进供应商技术、品质标准的提升。”花都工厂总经理阳玉龙表示。

目前,东风日产已具备独立进行新车试制及制造过程控制、改善的能力,制造水平达到雷诺日产全球标杆。而且,随着青年力量的不断壮大,东风日产还逐步向雷诺日产全球体系输出青年人才,实现中国青年力量对全球汽车产业的反哺。

在营销领域,东风日产的创新更闻名业内。可谁又能想到,像杨嵩、郭伟、文飞等当时只是“无东风背景、无日产背景、无汽车行业背景”的年轻人,会为东风日产注入如此强劲的活力。2012年初,东风日产年轻的数字营销部成立,当年搜集有效销售线索超120万条,贡献潜在客户销量88198辆、保有客户销售接近14万台,成为行业“e时代卖车”的典范。

2013年,东风日产还首创“牵引式”营销。各大区年轻的一线销售人员要成为行业里最敏感的“神经”,把顾客的需求准确传递到总部;而各部门再从客户角度出发,整合资源,做更有价值的创新。平衡“需求”和“生产”之间的关系,真正实现“客户至上”理念,东风日产以需求为导向,拉动整个价值链提升。

此外,东风日产还通过信息共享的“天网行动”、创新的电话营销、车主俱乐部和会员积分体系等,建立了以“客户为核心”的中央数据库,打造客户关系管理的业务模型。年轻的东风日产团队,再一次走到了行业的前列。

可以说,东风日产的青年创新力量,已经渗透到企业的研发、制造、营销、服务等方方面面。东风日产总经理松元史明表示:“年轻人想法很多,干劲也足,只要给他们创新的土壤,一定会长出令你惊讶的果实,这不仅是东风日产的成果,还会让整个

行业受益。”

文化滋养 永葆创新活力
青年力量极大地推动了东风日产的创新发展,而东风日产也为青年的成长,提供了广阔的空间和平台,让青年员工们能在良好机制和文化熏陶中,不断享受创新带来的成就感和荣耀感。

在青年人的甄选和培养上,东风日产通过“领先校园计划”以及校企合作项目,率先从源头上,为企业提前甄选和培养了大批优秀青年才俊;而针对应届毕业生的“星计划”,又提供完整的专业和职业培训,并通过资深导师的引导,帮助青年员工完成从学生到社会人的转变;“海豚PRA育才计划”则帮助青年员工进一步深造提升,让年轻的东风日产人能快速成长为推动企业持续发展的生力军。

人才培养机制只是一方面,在更深层面,东风日产的“快乐文化、做事文化、创新文化”形成的企业DNA,才是青年力量生根发芽的沃土。

“快乐文化,让青年员工能够快乐生活、快乐工作、快乐成长;做事文化,让真正想干事、能干事,并且能干成事的年轻人,有一个合适的舞台。此外,还有个很重要的叫创新文化,允许员工为尝试新办法而犯的各种错误,为我们年轻人提供‘敢于尝试,勇于创新’的环境和氛围。”东风日产经营管理总部副部长李军表示:“每年我们都举办以创新改善为主题的创意功夫大赛,鼓励每个岗位、每个工种的员工去‘挑错,试错’,在‘错误’中找到最好的改善之道,就像任总说的,反正干好了是成绩,干得不好也是种经验进步。”

而且,为了丰富青年员工的业余生活,劳逸结合地完善个人的素质修养,东风日产还在2012年重磅推出“快乐人”课



(小 雨)

上市月余销量突破1.3万台 新生代骊威掀起“青春风暴” 引领行业步入“价值时代”



6.1L的同级最低油耗、91kw的同级最大功率、超越同级的空间尺寸……自上市以来,东风日产新生代骊威就创下了多项纪录。

数据显示,自4月12日上市以来,东风日产新生代骊威销量已突破1.3万台,强势跻身紧凑型两厢车市场领军行列。凭借“全能大两厢”的产品实力和“骊威直通车”的特色服务,新生代骊威为紧凑型两厢车市树立了全新的价值标杆。随着销量和口碑的强势走高,新生代骊威正在引领紧凑型两厢车市进入全新的价值消费时代。

购销两旺 新生代骊威掀起“青春风暴”

日前,记者在东风日产专营店采访时看到,新生代骊威在终端销售非常火爆,展厅里人山人海,来选车、提车的人熙熙攘攘,络绎不绝。其中,年轻的消费者占据多数,有幸福的三口之家,也有甜蜜的热恋情侣,很多人对新生代骊威赞不绝口。

刚刚购买了劲锐版1.6L XV豪华版的消费者小君向记者表示,他正是被这款车的跨界风格所吸引。新生代骊威在外观上的全面革新,恰恰迎合了年轻化的市场发展趋势,全新“V-Sharp”设计理念使整车的力量感和气势感得以完美呈现。同时,新生代骊威还提供“MPV风格大气造型”和“SUV风格活力造型”两大风格车型,在迎合了崇尚自由随性的都市年轻人群的审美口味之外,也满足了其他类型消费者的需求。

小君还表示,这款车不仅配备了无钥匙启动系统、发动机防盗锁止、方向盘锁定系统等,6.1L的超低油耗也满足了他崇尚节能的需要。当然了,厂家推出的“骊威直通车”服务减轻了自己购车、用车压力,也是其下定决心买车的重要原因。

凭借充满年轻活力的全新设计风格,贴合年轻消费群体的销售方式,新生代骊威正掀起一场紧凑型两厢车的“青春风暴”。而这场风暴除了为新生代骊威带来自身销量的提升外,也给这一级别的两厢车市场带来了新的变革。

目前的紧凑型两厢车市场上,尽管飞度、POLO等车型凭借时尚、动力深得部分消费者的追捧,但仍然无法完全满足消费者的实际用车需求。新生代骊威的上市,集时尚与实用于一身,凭借全时多能的优势,为消费者带来更高的价值体验,树立了全新价值标杆。

“毫无疑问,新生代骊威将继续在紧凑型两厢车市场中起到引领作用”,东风日产市场销售总部副部长杨嵩在接受记者采访时表示,“新生代骊威的意义已经不仅限于销量的提升,我们不仅要造车,更希望为消费者开启‘乐活即享’的精彩生活。”

技术为王 产品价值再创新高

在紧凑型两厢车市场竞争的热潮中,厂商正逐渐清晰地认识到:单纯凭造型和价格,已经不能满足日益成熟的消费者,只有

不断致力于提升产品的技术含量,才能赢得更大的市场。

放眼目前紧凑型两厢车市场,以POLO、飞度和新生代骊威最具代表性。不过由于很久未更新动力总成,飞度最大功率仅为79千瓦,油耗却达6.8L/百公里,而有“小钢炮”美誉的POLO1.6L的最大功率更是仅仅只有77千瓦,时尚有余而动力、经济性不足,这对于迫切渴望动感同时又追求节能环保的年轻群体来说是很大的遗憾。对比之下,新生代骊威的全新上市,积极启用了全新的动力总成,以卓越的技术优势将紧凑型两厢车市场的产品价值标准再次提高。

得益于全新一代HR16DE发动机,新生代骊威输出同级最高的91千瓦功率,提供了最适合城市道路行驶,充沛动力输出和超低油耗兼备的动力系统。而作为HR16DE发动机的重要组成部分,新生代骊威全新配备通常应用于中高级车的双C-VTC连续可变气门正时智能控制系统,使发动机达到最佳的输出功率和扭矩表现。此外,在新生代骊威上,东风日产首次采用赛车级发动机润滑技术,在延长发动机使用寿命的同时,确保更大功率输出、更低排放的优异表现。

除了动力性能之外,燃油经济性也是选购两厢车的消费者关注的焦点。而在这方面,新生代骊威低至6.1L/100km的综合油耗优势更为明显,为消费者节省了大量使用成本。除超强动力外,新生代骊威的全新HR16DE发动机采用同级车型首次使用的DIS双喷射系统,每个气缸由以往的单喷嘴增加为两个燃油喷嘴,实现更大喷射面积和更高雾化率,从而提高燃油效率。此外,新生代骊威在同级别车型中唯一搭载了能量回收系统,在汽车减速的过程中,利用发动机控制单元和交流发电机,最大限度地把运动能量转化为电能,有效降低油耗,提高能源利用的效率。

而无论是在绝佳燃油经济性还是在优秀的驾驶性能方面,CVT无级变速器都功不可没。新生代骊威摒弃了之前的4速自

动变速箱,取而代之的是全球最高7.3:1变速比的全新智能XTRONIC CVT无级变速器,节油效率比传统的AT变速器提高了15%,带来绝佳燃油经济性的同时,还能获得平顺自如,乐趣无穷的驾驶感受。

在空间上,新生代骊威更是拥有绝对优势。全面领先同级的2600mm轴距,584mm后排膝部空间,116mm头部空间及371-1536L宽敞多变行李厢空间,在满足了前所未有的驾乘舒适感需求的同时,也轻松满足用户家用、商用等多种使用需求。

专家表示,骊威车型一直是紧凑型两厢车市场当仁不让的王者车型,此次新生代骊威在产品力上全面进化,以同级最大空间、同级最强动力、同级最低油耗成为该市场上的“全能大两厢”,必将开创全新的市场格局。

客户至上 引领行业进入“价值时代”

作为紧凑型两厢车市场的王者车型,新生代骊威不仅凭借卓越的产品力深受消费者的欢迎,更难能可贵的是,新骊威上市同期发布的“骊威直通车”服务,以其“包买包用,乐活即享”的全新购车模式,引领行业进入“价值时代”,堪称是汽车行业的又一创举。在实现至低购车门槛之余,更提供3年一站式用车服务,让消费者彻底实现买车易享、用车省心。

在目前的汽车金融市场,低首付、低门槛、低利率已成为车企金融贷款的趋势。不过相比一般车企30%至50%的首付比例、10万元左右的首付金额,新生代骊威首付仅需

程。课程涵盖国学文化、茶文化、亲子教育、职场保健养生、美满婚姻等八大方面,参与员工高达1700人次。此外,东风日产还通过党团工委,持续举办各种活动,将快乐的能量,演变成工作的动力。

完善的人才培养机制和良好的文化氛围,为青年员工们的成长提供了良好的平台;青年员工在成长过程中积累的经验 and 智慧,又成为企业发展再壮大的源泉和动力。东风日产党委书记周先鹏表示,海阔凭鱼跃,天高任鸟飞,员工的个人梦想一旦与企业梦想相连,就会爆发无穷动力,相信在青年力量的推动下,东风日产一定会再创新10年奇迹。

“一个有远见的民族,总能把目光投向青年,一个有远见的企业,也应该把青年看作企业发展的原动力。在东风日产身上,我看到一支年轻、有冲劲的‘青年近卫军’正在打磨成型。青年一代或将成为东风日产新10年发展的强劲引擎,甚至是实现中国汽车梦的中坚力量。”商务部直属机关团委书记邓勇在青年日活动中表示。

经过两天短暂的交流和参观,东风日产青年日活动落下了帷幕。对于这些青年精英和大学生而言,这只是他们认识东风日产、认识中国汽车产业过程中的一小步。但对于中国汽车产业来说,东风日产所投射出的锐不可当的青年力量、创新精神,恰恰是实现中国汽车强国梦过程中,最值得期待和鼓励的一大步。

(小 雨)



(杜 威)