

# 让中国汽车用设计与世界对话

——东风日产启动第二届青年“最美启辰车设计大赛”



2013年,启辰设计交流会上东风日产技术中心副中心长徐建明与全国重点高校大学生代表亲切交流

5月6日,东风日产面向全国416所高等院校,正式启动第二届“最美启辰车设计大赛”。本次大赛的设计主题为“多彩启辰生活,创新拥抱世界”,大赛优胜者将获得前往“日产全球设计中心”进行学习交流的机会。针对这次活动,东风日产副总经理任勇表示,作为一家国际化汽车企业,东风日产一直致力于向中国消费者提供具有世界级品质和技术的产品;作为一个负责任的企业公民,东风日产也一直致力于在全价值链方面,为中国汽车行业培养具备国际竞争力的人才。借由本次大赛,我们希望让中国的青年人了解东风日产与世界同步的设计理念,更希望挖掘一批有设计潜质的青年人才,为中国汽车产业培养世界级的“设计师”做出自己的贡献。

## 让中国未来的汽车设计师有机会与世界对话

第二届“最美启辰车设计大赛”提出,无论你的画笔勾勒的是零风阻的流线型外形,或是充满科技感的人性化车内空间布局;无论你提供的是大的整车设计,或是小的车贴、座椅装饰设计,只要能够符合世界汽车设计的潮流趋势,能为世界汽车设计带来与众不同的灵感,就可参与本次角逐。即使你是非汽车专业学生,也可以就汽车的局部或

周边设备,以自己人性化的灵感设计,与世界对话,为中国汽车设计绽放光彩。

为了保证大赛的出品水准,东风日产特别组织了包括一流造型设计师、研发中心中心长、启辰事业部部长在内的专家团队,为本次大赛拟定了5种设计主题,即代表未来科技的“蓝色生活”,代表青春活力的“橙色生活”,代表安全、和谐的“黄色生活”,代表节能、环保的“绿色生活”,代表文化遗产的“红色生活”。

在奖项方面,本届大赛设置了一个综合大奖和八个单项大奖,八个单项奖包括最佳造型奖、最佳色彩奖、最佳功能奖、最佳安全印象奖、最具前瞻性奖、最佳人机设计奖、最佳节能环保奖和最佳中国风奖。而大赛的终极大奖——综合大奖的获得者,将有机会成为首位前往“日产全球设计中心”学习交流的中国大学生,他将与世界级工程师、研发人员面对面地交流,深入了解全球汽车设计、研发理念和方法。这对于未来的中国汽车设计师,无疑是非常宝贵的经历。

目前,大赛已经在清华大学、南开大学、吉林大学、中山大学、华南理工大学等多所211、985名校中产生积极反响,这些青年学生将用每一个细微的灵感,每一个绽放的火花,借东风日产与世界同步的产品研发、设计

平台,为中国汽车产业蓄积未来的设计人才。

## 培养世界级设计开发人才 成就国际化企业

“做一个国际化汽车企业,而不是一个制造加工厂”,是东风日产从成立以来,就始终坚持的方向。因此,早在公司成立之时,东风日产就把打造世界级的设计、研发中心摆上日程,它是众多合资公司中,最早在国内建立与世界同步的研发中心的车企之一。

2004年底东风日产技术中心在花都开工建设,2006年初投入使用。这是日产全球第四个研发中心,和日本的技术中心以及欧美研发基地遵循相同的设计、研发标准,并就日产全球设计课题,特别是针对中国市场开发的产品设计,进行全球性紧密合作。

据东风日产技术中心副中心长徐建明透露,东风日产从成立初期就树立了与世界同步的雄心,无论研发设计硬件或软件的水平,都追寻向世界标杆看齐的理念,以打造具备全球竞争力的人才队伍。

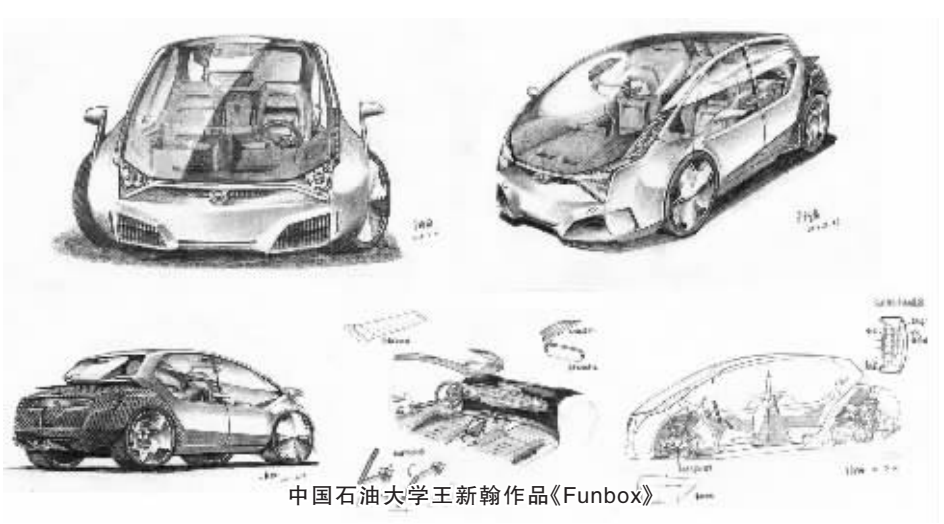
从2005年开始的技术中心“成长论坛”,就是东风日产培养世界级设计、研发人员的一个重要平台。通过邀请公司内外的专家,结合世界先进的研发、设计趋势和自己的工作经验,现身说法,向青年员工传授解决问题的方法、思路,极大促进青年人才的成长。通过论坛成长起来的80后技术高管、周锋副部长回忆:“‘世界级的技术’不仅是

工作的核心,也是追求的根本。我们举办过一期主题为‘成长不平路’的活动,日方的资深设计师自揭伤疤,向大家讲述了开发过程中遇到的挫折和失败。通过生动的案例介绍,以及深入的剖析,使大家在明白了失败原因的同时,懂得如何才能做到防患于未然,更快地缩短与世界级研发、设计的距离。”

这样的故事,每天都在东风日产上演。为了确保设计品质,提高对应速度,东风日产与日产全球同步实施了“基于失效模式分析的快速设计审查”(Quick DR Based on Failure Mode,简称Quick DR),尽可能降低零部件与系统出现故障的风险,大幅度提升设计能力。如今,东风日产技术中心共培训355名工程师,覆盖了全部设计、实验2年工作经验以上的工程师;其中,更有9名设计科长、P1工程师接受了日产全球顶级专家象征“专业导师级”的Quick DR Pilot认证,让东风日产越来越接近了具备每个专业领域有1名Pilot的目标。

同时,东风日产还积极引进日产全球面向全球各技术中心据点推出的GTP(Global Training Program)培训计划,包含了设计、实验等17门个类别课程,包括E-learning和面授课程,让东风日产技术中心的全体员工都能快速接受与世界同步的培训。

通过学习和交流,东风日产在接受世界同步的技术培训同时,也通过NTC(日产全球技术中心)的讲师认证,向日产全球输送



中国石油大学王新翰作品《Funbox》

## 福建奔驰“三大王牌”制胜市场

备,制造工艺还是品质保障体系等方面,福建奔驰均全面遵循梅赛德斯-奔驰的全球质量标准,让福建奔驰的产品“保持奔驰的原汁原味”。

2013年6月,福建奔驰获得梅赛德斯-奔驰进口商务车在中国市场的总代理权,实现了进口车业务与国产车业务并轨。几乎任何高端商务人士和企业都能在福建奔驰的产品序列中找到符合其自身商务出行需求的车型。

王牌二:研发中心启用,福建奔驰商务车更加“接地气”

2013年3月,福建奔驰研发中心正式竣工并投入使用。

福建奔驰研发中心作为戴姆勒集团在中国的高端商用车研发基地,总占地面积约150亩,总投资5亿,包含产品设计中心、整车综合试验室、零部件测试试验室、道路试验场和试制车间,拥有先进的电磁兼容实验室等软硬件设施,能够对欧洲产品做适应性的改造,



福建奔驰“三大王牌”制胜市场

## 康佳开启34周年生日惠6天狂欢购

5月6日,康佳在深圳欢乐海岸OCT创意展示中心,举行了主题为“康佳34周年生日惠暨粉丝的力量主题活动”发布会。会上,康佳多媒体事业本部总经理曹士平表示:“粉丝不仅仅是购买与被购买的关系,也不仅仅是关注与被关注的关系,而是企业能为用户做到的最大程度,用户为企业创造的最大表现,是建立在双方相互‘取悦’从而产生的价值。”

曹士平强调:“我们要保持零距离贴近用户,根据数十万粉丝意见进行技术创新、产品创新、应用创新,让粉丝和我们一起成长,一起成功,一起做一件伟大的事情——做好电视。”易TV以“简单易用”为核心,不仅具备领先的10核平台、极智4Ks技术、

Android4.4技术等,更加具有易联、易控、YIUI易柚系统等颠覆功能。YIUI易柚是多UI系统,包括K UI、Metro UI、易UI三种方式可供选择。K UI为发烧友专属订制,类似苹果IOS7的电视界面,看上去就科技感十足。Metro UI则色彩明艳而且方正有型,是特别为时尚达人订制,对于时尚范的粉丝来说非常有吸引力。易UI则是视频控而订制的,在易UI的界面下,粉丝们可以最直观地看到直播内容和聚合视频内容,让用户想看什么就看什么,而且操控更方便。这样一款YIUI易柚的诞生可谓是满足了粉丝的胃口,成为粉丝们关注的焦点。

据了解,“粉丝的力量”是康佳与粉丝全年沟通的主题活动,包括粉丝会、粉丝

赞、粉丝行、粉丝帮四大行动。康佳34周年生日惠是粉丝会5月主题活动,为粉丝们带来5580系列生日专供机,50寸大屏安卓电视价格降至冰点,另外还赠送299元的三年延保一份,让售后更贴心、更方便。同时还有4款9600系列粉丝机,粉丝能够用非常实惠的价格,轻松拥有画质超高清、体验超极速的4K电视。

康佳34周年生日惠暨“粉丝的力量”主题活动的开启,是康佳互联网转型重要一步。面对智能电视人口之争,康佳提出了以易终端+易平台的“1+1战略”,打造中国首个智能电视互联网运营平台。除了推出以粉丝为核心的易平台构架,易TV系列产品诠释了易终端的面貌。(冉 荷)



第一届最美启辰车设计大赛获奖者王新翰在讲述自己的设计理念

了16名NTC认证讲师,为台湾裕隆日产、郑州日产等日产在全球的事业单元及相关供应商进行GTP课程培训。

现在,这种持之以恒的努力,已渐渐收获成果。依托东风日产世界级设计、研发实力打造的启辰品牌,从“年度最佳自主品牌”到“最受欢迎自主新车”,从“年度风云家庭轿车”到“唯美汽车设计大奖”,几乎在国内各项汽车大奖评选中均有斩获。从首款车投产到达成10万辆的销量,只用一年半的时间,启辰创下中国汽车新品牌的最快发展速度。

伴随企业高速成长,东风日产需要更多具备世界竞争潜力的年青人才,通过在重点高校设立“东风日产奖学金”,举办“最美启辰车设计大赛”、扶持高校汽车社团、邀请学生进入东风日产参观、实习等各种方式,让学生们从视野、知识体系上更早与世界同步,更快成长起来,同时也为整个行业培养更多优质人才。

“未来车企的竞争,关键在于人才的竞争,东风日产能够持续在激烈市场中领先半步,更多得益于对全价值链高水平人才的培养。我们希望为优秀青年人开辟国际化学习的窗口,培养一批具备与世界对话潜力的‘中国汽车设计师’,真正实现‘Global design in China’。只有国际化的人才团队,才能打造世界级的东风日产。”东风日产总经理打越晋表示。(魏 勇)



## LG 推出“会说话”的高端智能家电

本报讯 近日,LG电子在韩国发布了搭载有革命性信息服务的最新高端智能家电产品。HomeChat™可以在NLP和LINE这两款流行的手机社交应用上使用,这两款应用拥有超过3亿用户。通过这项技术,用户可以与LG最新的家电产品进行交流互动,并通过手机控制,监控以及分享使用心得。HomeChat™为人们诠释了什么是真正的智能,LG高端智能家电的产品线包括了一台配备摄像头的冰箱、一台可以允许用户通过HomeChat™技术开始或下载洗衣程序的洗衣机,以及一台支持NFC互联技术和WiFi连接的光波变频微波炉。

LG HomeChat™与LINE这款流行的应用合作,让用户即便不在家时也可以对家电进行操控。通过一个直观性界面,HomeChat™让用户与LG智能冰箱,洗衣机或者微波炉之间的互动更像是老友之间的交流。而快捷按键的设计也使得用户可以更快速简便地使用每个家电中最常用的功能,提供了更多便捷。HomeChat™为用户提供了三个不同的选择模式:度假、外出和回家。LG的这项新服务甚至也为家电使用带来了更多乐趣,它提供了40多个独特的LINE标签以用于让用户与家电间的对话更加愉悦也更加私人。

LG电子白色家电事业部的CEO兼董事长Seong-jin Jo说:“LG的HomeChat技术不仅让我们的产品更加简单易用,它也为消费者提供了一种独特的用户体验,为我们消费者的生活增添了更多乐趣。”(张 一)

## 纯债基金表现出色

本报讯 今年前4个月,债券基金表现出色,其中纯债基金更是一马当先,收益远超备受关注的“宝”类货基,成为最值得投资者关注的投资品种。

目前市场上在售的纯债基金有3只,其中工银纯债是由金牛债券基金公司工银瑞信今年推出的首只债基,其投资债券资产的比例不低于80%,可最大限度地降低股市波动对于基金净值的影响,实现资产组合的稳健增值。工银瑞信债券基金投资能力广受权威认可,公司不仅三次获得“金基金·债券投资回报公司奖”,更独家摘得亚洲权威资产管理行业杂志《亚洲资产管理》(Asia Asset Management)2013年“中国最佳债券管理公司奖”。进入5月之后,多家研究机构认为,在宽松资金面及温和基本面支撑下,债市投资机会仍将持续。(丽 文)

## 绅宝D50后发制人

本报讯 2014年4月北京汽车正式推出“北欧控”家轿——绅宝D50。面对竞争激烈的A级车市,一场“后发制人”的市场攻坚战摆在北京汽车面前。

在今年的北京车展上,北京汽车相关负责人在谈到绅宝D50的销量目标时,自信地抛出了进军“万辆俱乐部”的目标。这对于一款新车来说,显然目标有点大,然而,对于北京汽车来说,要实现这个目标并不太难。从产品层面来说,绅宝D50这款北欧控家轿已经抢占市场先机;从营销层面看,北京汽车在家轿市场拥有丰富的作战经验。数据显示,2013年北京汽车A0级小车E系列已经跻身细分市场前三。营销是北京汽车的长项,以“集客、发酵、体验、成交”为主的精准营销,辅以体育赛事赞助、热播剧植入、再到涉水新媒体。(王 玲)