



日前,由中国青年报组织,来自全国高校的30名大学生记者抵达东风日产花都生产基地进行实地参观采访。走进这家在中国汽车工业发展60多年来,合作规模最大、合作领域最广、产品最全的合资企业,对于尚处在象牙塔中的大学生来说,是一次毕生难忘的经历。

大学生记者采访团,由中国青年报社旗下中国高校传媒联盟招募,集合了全国高校校园媒体精英大学生。他们代表了象牙塔中的未来一代,是青年人中的引领者。近年来,校媒记者活跃在多个大型国际舞台上,如G20峰会、世博会注册大学生记者、亚运会注册大学生记者、北京车展等。他们通过校园官方和流行媒体将重大事件和焦点新闻传播进校园中,打开了大学生感知世界的窗口。此次与东风日产的零距离接触,将激发这些年轻学子更多的灵感与激情,加强他们对汽车工业发展的认知与感触。

解开“东风日产速度”的谜团

东风日产自2003年成立以来,持续改善、持续变革,打造了令业内惊叹的“东风日产速度”。东风日产只用了4年时间,就使销量从15万辆跃升到50万辆,而从50万辆飙升到80万辆只用了两年。

在车市低迷背景下,如何实现销量翻番?如何超越竞争对手?如何打造核心竞争力?东风日产高层领导耐心地解答大学生记者的每一个问题,并把东风日产基本情况做了详细介绍。

2008年,金融危机肆虐、车市整体低迷,东风日产却是销量排行前十位乘用车企业中唯一没有调整产销目标而完成任务的企业;

走出象牙塔 探究中国最大合资汽车企业的成功法则 大学生记者与东风日产“零距离”

2011年,日本地震、日元升值,日系车在中国市场增幅仅为1.33%,只有东风日产以22.3%的年增长一枝独秀,成功实现“淡市超车”,跻身国内合资车企销量排名第四,成为当年车市的最成功案例。

销量翻番和利润增长让东风日产获得了更多的发展机遇,但“技术日产”的基因如何植入中国?其口碑效应又是如何传播?带着疑问,大学生记者团继续深入探访东风日产。

“技术日产”如何融入中国

大学生记者团分别来到了东风日产花都第二工厂、“天马行空”天籁结构艺术、FQC市场品质解析中心进行参观。东风日产最新的造车科技悉数亮相,大学生们亲眼目睹了从一块钢板到一辆整车的制造过程,参观了冲压、焊装、涂装和总装4大工艺流程,不仅经历了一场整车制造的视觉震撼,也切身体会到世界一流水准的计测仪器是如何保证车辆最佳品质的。

成立近10年来,东风日产在市场上的成功,以及优秀口碑的建立,不仅取决于其产品品质和服务细节,更得益于对先进技术的追求。精密可靠的创新设计、全球标杆的精湛工艺、严谨规范的产品品质,共同将“技术日产”发扬光大。如何实现先进技术的更新换代,如何保障强大的研发能力,也是大学生记者最感兴趣的话题。

名满天下的日产VQ发动机、X-Tronic CVT无级变速箱、“CARWINGS智行+”智能全方位行车服务系统、零排放电动车技术等等,众多日产先进的技术正在

不断提升着中国消费者“舒心驾乘”体验。东风日产正以领先科技为导向,以满足中国市场需要为主要目标,整合日产全球技术资源,为客户创造新的价值。

全球环保标杆工厂的公益传奇

企业要做大做强,不断发展,不能以牺牲环境为代价,东风日产通过在环保领域的积极行动,为企业可持续发展提供具有认同感的品牌拉力。在参观过程中,东风日产在环保方面的努力,给大学生记者团留下了深刻的印象。

在日产全球最环保的东风日产花都第二工厂,大学生记者团见证了工厂的废水通过深度处理后,将直接循环进入生产给水系统,实现了废水的零排放;也体验到在涂装车间使用中面涂连续喷涂工艺技术,让能耗减少1/3,同时有效减少车身喷涂给环境带来的污染的先进技术。

为了生产出“环境友好型汽车”,东风日产对整个汽车价值链的环境行为全面控制,从产业链上游和下游各个环节全面推进“清洁生产、循环经济”的生产模式,在提高自身环境管理水平的同时,也为整个汽车行业的环境管理提供了参考模式。除了自身的环保行动,东风日产还一直致力于环保公益活动的开展和环保理念的推广,如携手中国绿色基金会举行大型环保项目天籁绿洲活动、桌面绿植倾情派送和员工植树活动。截止到2011年底,东风日产在环境保护、环境改造等方面的投入已经超过了4亿元。不仅如此,东风日产还以零排放的电动汽车导入为核心,通过与政府的深度合作推动智能交通系统,同时积极参与社区生态环境的改善工作,推出“绿色城市计划”,促进社会与企业自身的可持续发展。

独特“赢文化”成就“最佳雇主”

“和合文化”让东风日产成为合资企业文化整合的典范企业。大学生记者团通过一系列的参观活动,从东风日产员工的工作、生活过程中,不断感受到快乐和谐的文化气息。就是这种稳健积极的文化特质,为东风日产的发展提供了文化竞争力。

2004年,东风日产颁布了《东风日产行动纲领》,将中日双方的优势吸收到东风日产的文化

肌体中。《行动纲领》颁布后的2005-2008年,东风日产快速成长,2008年已实现行业排名第六。2009年,面对企业快速成长和规模扩大后的系列问题,东风日产再度启动了文化整合机制,重温《行动纲领》,并发表了《东风日产高管宣言》,作为对员工提出问题的改进承诺。

每一位日方员工加入东风日产的第一天,总经理松元史明都会告诉他:“这里没有东风、没有日产,只有东风日产。”东风日产这种经过多年历练形成的企业文化,形成了独特的“赢文化”,成为东风日产步步创新、步步领先,打造行业成功的根基。

“启辰”品牌见证卓越研发实力

在合资企业中,如何学习到外方的先进技术,培养中方的优秀技术人员,打造最符合中国国情的产品,东风日产走出了第一步。其率先通过“启辰”品牌开启双品牌战略,为中国汽车行业的未来发展探路,多年来的自主梦想终于实现。

“启辰”品牌的诞生,是东风日产综合体系竞争力的体现。从这个新起点开始,东风日产的研发实力得到了真正的验证和提升,从一个制造基地上升为一个完整意义的汽车企业。东风日产认为,只有把自己手里的资源转化成生产力,其全价值链链条才能更加完整。

大学生记者团了解到,东风日产通过个性鲜明的双品牌差异化定位,在互补中形成

了聚合效应。NISSAN品牌体现的是以更出色的表现、更人性化的先进技术赢得消费者信赖;而“启辰”品牌则以“尊重”为信念,以“亲和力”、“信赖感”为品牌特征,为中国消费者提供更具价值感的产品与服务。

“采访东风日产令我们每个人大饱眼福。特别是听完启辰D50设计师亲自介绍自主研发过程,并深入了解启辰‘阅世界,悦中国’的品牌理念以后,我们感受到汽车设计研发真是一项伟大的工程。”来自华南理工大学车辆工程专业的记者深有感触地说道。东风日产副总经理任勇总结道,“东风日产能不断创造中国汽车工业奇迹并不偶然,更多还是得益于公司苦练基本功,以创新的精神挑战更高目标。我们只有不停地创新,通过创新实现资源整合、流程再造、文化融合,才能不断创造行业奇迹。”

一个企业的文化底蕴、文明内涵只有走进企业大门,亲历运作流程才能够真实感受到。通过详细的讲解,生动有趣的工厂参观及现场采访,大学生记者从东风日产身上切实地感受到一个中国的汽车企业,以进取和创新精神不断创造行业价值和文化价值的全过程。对于大学生们来说,探究中国最大合资企业的成功法则,体验中国汽车工业的创新力量,无疑是一场面向未来的职业生涯实战经历,也是他们人生成长的重要一步。

(严亦可)



北京工业职业技术学院荣膺全国高校就业50强

近日,教育部正式公布了全国50强毕业生就业典型经验高校名单,北京工业职业技术学院榜上有名,这是北京唯一一所获此殊荣的高职院校。

据悉,本次评选工作早在2011年9月就已启动,目的在于认真总结并广泛宣传就业典型经验、高校在就业及改革方面的典型做法和特色经验,切实发挥就业典型的示范引

领作用,不断开创就业创业工作新局面。在为期近1年的评选活动中,北京工业职业技术学院获得考察组较高的肯定和赞誉。

近3年,北京工业职业技术学院的毕业生就业率在北京市高职院校中名列前茅,特别是测量、机电、数控等专业毕业生一直供不应求,毕业生专业对口率稳定在80%以上,用人单位对毕业生综合评价良好率均在90%以上。

华硕 K55VM 配备全新 Ivy Bridge 处理器强势来袭

四季变化还在继续,而一如既往面对电脑的你,有没有发现以前无往不利的笔记本,已经对大型程序渐渐地有些力不从心了?为了满足更多用户对笔记本的性能需求,在Intel发布新一代高效Ivy Bridge处理器后,华硕K55VM就抢先将该款i7核心收入机中。再加上其采用的全新华硕SuperBatt超耐久电池技术、背装式无缝分岛键盘以及Sonic Master Lite“美声大师”精华版等属性,配合拥有2GB大容量显存的实

力级NVIDIA GT 630M独显,新一代华硕K55VM强势来袭,带你领略前所未有的使用体验。

采用铝合金材质打造的华硕K55VM笔记本,厚度却在原有基础上薄了10%;轻启上盖,全新雾面LED边框高贵典雅,简约又不失质感;再加上流线型楔形底部设计与采用全新花纹的华硕logo点缀机身,就算最挑剔的你也会被它瞬间折服!

无论你喜欢上网冲浪,还是上班时端坐

连续多年的高就业率与学校形成的教风、学风密不可分。在近3年中,北京工业职业技术学院先后赢得多项荣誉,2009年获“大学生就业、创业群英会——全国大学生职业规划大赛”北京地区选拔赛荣誉证书,2011年学院就业指导中心贺继伟获得北京市高等教育学会毕业生就业研究分会就业研究成果证书,2011年学院获“北京地区高校就业指导课程教学大赛”优秀组织奖等。(吕思晓)

电脑旁查阅资料,一款性能高效的处理核心,都将是效率与速度的绝对掌控者。作为抢先上市的Ivy最新机型,华硕K55VM所采用的新一代Ivy平台酷睿i7处理核心,不仅反应速度超快,在数据吞吐能力上也有了进一步的提升。在提供同等性能的同时,功耗更降低了50%,即使在电压相同时,新的22nm 3D晶体管和架构性能也可提升37%。再加上全新XHCI USB 3.0控制器,使用更加自如随心。(陈飞宇)

买房想优惠 必须先买卡?

经过一番讨价还价,开发商答应给10万元的优惠,却在付款前被告知必须购买一张由搜房网发售的1.5万元“白金卡”才能享受购房优惠。因不满这样的操作方式,购房者孙懋一纸诉状将搜房网和开发商一同告上法庭。近日,记者获悉,经松江人民法院调解,“白金卡”的售卡方搜房网最终向孙懋支付3万元的赔偿金,后者撤诉。

【购房者】

享购房优惠,必须先购卡?

去年8月,孙懋打算购买由上海壹景房地产开发有限公司所开发的“同润菲诗艾伦”项目的一套房子,总价在130万元-140万元之间。房子左看右看,价钱谈了又谈,当开发商方面最终以口头的形式给出能够优惠10万元的承诺之后,孙懋终于“下定”,决意“掏腰包”。

然而,就在与售楼处的销售人员最后敲定付款事宜的时候,孙懋却被告知,必须要购买一张由搜房网发售的价值1.5万元“白金卡”,之后才能享受谈妥的购房优惠。

房子虽然是买下来了,但那口气却始终憋着。事后,孙懋特地向律师作了咨询,最终选择了以诉讼的形式,为自己购房过程中

的“被购卡”而讨回一个说法。

经与孙懋交谈,记者得知其当时的不解有如下几点:

首先,“我买的是开发商的房子,为什么要买搜房网的卡?”据孙懋讲述,当时他跟开发商反映过,甚至跟对方表明,这个钱宁愿付给开发商,也不想付给搜房网。“作为开发商而言,要打折、要给折扣,直接在总价上扣减不就得了,为什么还要买一张别人的卡?”

其次,“作为购房者,我之前都是在跟开发商进行联系,为什么最后等到付房款时,又多出那么一个购卡的环节?”在孙懋看来,在整个购房的流程当中,自己的知情权已经受到侵害,“当时心里面越想就越不服气。”

【专家】

构成欺诈,才会“退一赔一”

尽管双方已达成和解,但极具“风向标”意味的这一服务合同纠纷案件,正逐渐在业界掀起一阵不小的波澜。

业内的关注重点落在三个方面:首先,为什么会赔3万元;其次,搜房网与开发商之间到底有着怎样的协议;其三,孙懋一案的可复制程度究竟有多高。记者在采访中了解到,关于赔偿的标准,是业内最为关注

的话题。

一种观点认为,这一赔付方案说得通,3万元的赔款相当于“退一赔一”,即退还你1.5万元购买“白金卡”的钱,同时再补偿一张卡的钱;另一种观点则认为,3万元的赔付依据不是很清楚,为什么不是1.5万元,甚至更多,而只是3万元,这个不光是和解协议书上没有体现出来,就连搜房网在支付3万元补偿费用时也没有说得很明确,多少有点“糊里糊涂”。

就此,上海市消保委副主任赵皎黎表示,依照相关法规,只有构成欺诈,才会采取“退一赔一”的补偿标准。

【搜房网】

存在沟通误解,赔偿只是特例

对于前述调解协议,搜房网上海公司方面相关人士日前向记者坦言,搜房网“白金卡”的操作是有规范的,这只是一个特殊个案,为了体现搜房网的服务理念,才会积极进行调解。

在发给记者的一份情况介绍中,搜房网方面表示,关于这起纠纷,主要是在选房及购买过程中,存在一些沟通误解问题。由于涉及到开发商、搜房网、购房者三方的一些

协议和流程,为稳妥操作起见,手续也会比较多。该名购房者在此过程中对于优惠条件和相关操作流程在前期与开发商、搜房网之间的沟通中存在一些误解,因此寻求法律方面的支持,搜房网也积极配合他开展相关工作,尽最大努力保证会员服务和体验。经过一些法律咨询之后,该购房者厘清了相关事实,消除了误解,主动撤诉。

但记者同时也注意到,在这份情况介绍中,并未就具体的赔偿情况、赔偿标准如何拟定,以及与开发商之间的协议等内容作更进一步的说明。

记者在采访调查中还了解到,搜房网的“白金卡”会员主要是能够享受搜房网的独家优惠,而目前沪上一些折扣力度较大的项目大多参与了这些活动。“主要是利用这个网络平台增加客源,搜房网在合作中也会通过看房团等形式,以此来增加项目的热度。”一上市房企营销总监向记者透露。

【市场】

“少量多批”营销化解认筹规定

据公开数据统计,截至2011年底,全国314个城市已有超过750万名依托于搜房网的搜房卡会员,584个房企加入搜房网团购

师出同门 思铭与第九代思域打造最强中级车联盟



较好的平衡。此外,有别于思铭CIIMO的机械液压转向助力系统,第九代CIVIC(思域)升级为电子转向助力系统,转向更为精准,带来了更大的驾驶乐趣。

如今,中级车市场呈现出了多元化趋势,越来越多的消费者对外形、动力、操控性提出更高的要求,哪怕是买一款入门中级车。作为源于思域平台的兄弟车型,思铭CIIMO与第九代CIVIC(思域)拥有动感时尚的造型、高动力低油耗以及傲视同级的操控优势,仅是先进配置上有所差距,正好满足了各个层次的消费者的需求,有助于东风Honda扩大中级车市场占有率,实现整体销量的突破。(朱炜铎)