



近日,在“太湖明珠”的辉映下,东风日产乘用车公司副总经理任勇宣布新世代天籁正式上市。

抢吃第一只螃蟹

东风日产的疯狂在于,永远敢于抢吃第一只螃蟹。

粗略估计,“天籁行动”的三项服务总价值9000元。如果按月销量1万台计算,东风日产及经销商每月将增加9千万元的服务成本,一年就是近11亿元。这里面还不包括为提供这些服务而配套的人力、设备开支。

类似的服务理念早已有人提出,但由于庞大的预算,其他厂家一直望而却步。只有东风日产敢于付诸实践。

貌似也没有东风日产不敢的。早在风神时代,任勇和他的团队就被逼着走与众不同的道路了。任勇回忆说:“很多项目的发展进度,如果晚了两个月时间就没有今天的东风日产,这个一点都不夸张。”也因此,资源不足就尽可能去整合别人的东西为我所用、制度和流程不熟悉就全力学习消化先进的经验。

东风日产敢于第一个吃螃蟹的例子还在

不停上演。2012年年初,东风日产数字营销部正式成立。这让东风日产成为了中国汽车行业里首家设立单独网络营销部门的企业。

没有先例,没有参考,许多人都觉得东风日产在冒险。但事实也再次证明,东风日产的创新尝试又一次得到了成功。2012年全年,东风日产数字营销部搜集的有效销售线索超过120万条,直接贡献潜在客户销量88198辆、保有客户销售接近14万辆,实现了东风日产掘金“卖车e时代”的“开门红”。

除了数字营销部,东风日产还有四大区域经销部、精英创富战略、百城翻番等业内闻名的创新事迹。敢于抢做“第一个吃螃蟹的人”,让东风日产总是能快速应对行业与市场的变化,一次次走在创新的最前端。

另外一个创新是启辰品牌。虽然东风日产并不是第一个发布合资自主品牌的企业,但却是目前战略最为清晰、进步最快的一个。2012年累计销量达到4.2万辆,2013年1月单月销量过万辆,启辰正不断刷新着本土全新品牌的各项记录。

东风日产辉煌密码——十年疯狂创新

——创新是东风日产人的DNA

中外创新范本

在东风日产市场部外有一面英语墙,上面罗列着东风日产企业发展的关键词: cooperation, quality, learning……在所有的单词里面,只有一个单词被用红色重点标记出来: innovation(创新)。在所有发展的要素里面,东风日产最重视创新。

有媒体人在参观东风日产后说:“从没见过一家企业把创新放在如此高度上。”

为了鼓励创新,东风日产内部更有着“容错”的独特企业文化。顾名思义,“容错文化”允许东风日产的员工基于企业的利益进行各种正面的尝试,即使因此犯了错误也不会因此而被苛责。

在容错文化的鼓励下,每个人都敢想敢言,创新思维的火花因此得到了自由碰撞的广阔空间,为东风日产带来了不少成果。

在东风日产的车间里,可以看到一台台无人小车正满载材料自动穿行于生产线间。这是东风日产自主研发并获专利认证的“无人牵引解决方案”。相比于业内其他企业高价购买的相类似系统AGV,东风日产“无人牵引解决方案”的使用成本要低50%以上。此外,根据实际运行环境与生产需求的变化,东风日产对“无人牵引解决方案”还进行了一系列的升级换代,如今运行在车间中的系统已经是第三代的产品,为东风日产节省人力300人以上。

“2008年2月才开始研发,8月就顺利完成第一代实物。”东风日产工程师虞鹏刚回忆道,“这个方案能如此顺利地推进,离不开公司的支持。”在该方案关键技术开发的过程中,制造总部要求开发团队每月与总部长进行一次面对面的汇报和讨论,并划拨了专项基金,这是在制造总部管理费用非常困难的情况下进行的支持。

如今,东风日产的创新已然声名在外,每年都有大批的企业到东风日产进行参观交流。仅花都基地,2012年就接待来访企业



总计超过200次,其中除了汽车企业,还有耐克、中兴、华为等各个领域的龙头企业,甚至上海的一家印钞公司也慕名而来。

“产品不一样,但是我们管理和技术上的创新都是他们可以参考的。”虞鹏刚说。东风日产已俨然成为全国乃至海外众多企业的创新范本。

2013年,东风日产迎来十周年。过去十年里,东风日产的疯狂创新为其带来了高速的发展。而在即将进入新十年的关键时刻,东风日产的创新之势仍在加速。

未来,东风日产的目标是成为立足本土的国际化企业,这个“国际化”,更多是指认识、理念、运营、流程及方法各方面的国际化竞争力。“为了实现这个梦想,东风日产在各个方面都必须力争成为标杆。作为一个后来者,只有更加刻苦、遇到困难毫不妥协,东风日产才能够对产业有所贡献。而彻头彻尾的创新,一定是东风日产迈向新十年的核心装备。”任勇如是说,这也预示着席卷东风日产的新一轮疯狂创新潮已经蓄势待发。



城市SUV走进新智能时代

按照以往的规律,4月份一般是汽车销售的淡季,但是今年4月的乘用车市场似乎有些“意外”,无论是厂家批发数还是终端零售量都保持了两位数的增长率,其中城市SUV车型的表现尤为出色,以热销的翼虎和逍客为例,两款车4月份的销量分别达到了9591辆、9332辆,双双逼近万辆大关。

过去,由于可选择的SUV车型少、汽车整体动力技术落后,人们在选购SUV车型时首先关注的是发动机、变速箱、四驱等硬件配置,对于智能科技以及人机工程等软性指标不太关注。近年来,由于硬件性能全面提升和用车理念的改变,城市SUV市场出现了新的趋势——智能化,反映在产品上则是更加人性化的科技配置,以此为消费者带来更加舒适、便利、实用的用车体验。翼虎和逍客的热销,正是因为它们迎合了SUV智能化的大趋势。



ACC智能自适应巡航控制、BLIS盲区监测系统,高科技配置让人眼花缭乱。虽然很多配置只在27.58万元的顶配车型上才能看到,但是这些智能科技足以让翼虎赚足了眼球。

“软”实力成就市场王者

谈到城市SUV的智能化,就不得不提到另外一款经典车型——逍客。应该说,逍客是国产城市SUV智能化方向的开创者。作为国内首款跨界车的逍客,在人性化智能科技应用方面总是敢于第一个吃螃蟹——第一个搭载AVM全景式监控影像系统、CARWINGS智行+、CVT无级变速器……正是凭借着这种“领先半步”产品策略,逍客成为“15万元至20万元级别SUV车型明智首选”。

与翼虎一样,逍客同样配备了通览全景天窗,给全车乘客带来了前所未有的全新体验,尽览都市繁华胜景。逍客在城市SUV中首次配备了AVM全景式监控影像系统,通过四个超广角摄像头,合成车辆周围环境的鸟瞰图,

不仅能为泊车提供直观影像,更能在平常驾驶中体验眼观八方的新驾驶享受,据悉,该配置原本只出现在英菲尼迪等豪华车型上。

逍客还配备了“CARWINGS智行+”智能全方位行车服务,该系统可以为消费者的驾乘生活提供便捷、安心、省心的全方位解决方案。它以智能科技配合强有力的后台支持,为消费者提供三重安防系统和一站式信息顾问等一系列贴心服务,引领驾驶旅程提前进入智能化时代。

为了确保车辆在城市拥堵路况下保持低油耗,逍客还配备了Eco Drive节能驾驶助手,按下车内绿色的ECO按钮,系统将整体控制CVT的变速反应,在保证起步的顺畅性和行驶的稳定性的同时,实现低油耗行驶,全面提高燃油经济性。此外,逍客还配备了全自动空调、人体工学有氧皮座椅、DVD高保真剧院+Audio音响系统、ASCD定速巡航系统(带方向盘快拨键)等诸多舒适科技。

业界专家表示,智能化和人性化是逍客

的核心优势,正是凭借着这些优势,逍客成为了20万元以内最畅销的SUV车型,同时也推动了城市SUV的整体升级。

逍客:内外兼修的城市SUV

除具备超越同级车型的智能人性化配置,逍客更是一款内外兼修的智尚全能城市SUV。逍客作为“跨界”车型的创领之作,其外观上突破性的设计,在打破传统SUV车型的“方正”时,个性凸显却又不觉得夸张,柔和的线条勾勒出极具张力的框架,高腰线让逍客的速度感呼之欲出,又不失SUV的沉稳与庄重。可以说逍客的外观是将时尚美与SUV的特性融合得恰到好处。

东风日产对逍客的塑造可谓精妙绝伦,其中内饰的全方位科技配置让人拍手叫绝。东风日产延续一贯舒适内饰风格,柔软的真皮座椅不但透气性佳,也具有电动调节功能。除此之外,全景天窗设计也令逍客与同级别车型相比,增添了不少优势。抬头仰望,风光尽收眼底,全景天窗让阳光铺满车内。在享受阳光之余,逍客2630mm轴距带来宽敞的乘坐空间,让乘客任意伸展,畅享享受行程的美好时光。

除了舒适的内饰空间,逍客的驾乘感受更令人舒心。全景摄像头能够将车身每个角度的图像呈现给驾驶员,尤其是在行车和倒车时,将车身情况更直观地反馈给驾驶员。大尺寸液晶屏具有单碟DVD播放功能,除了实现全景影像功能之外,还可以作为娱乐系统显示屏,让乘客可以在享受舒适同时欣赏精彩的电影,或是沉浸于动感的音乐当中。

在动力方面,逍客搭载的是日产最新的MR20DE发动机,最大功率为106kw,最大扭矩为198N·m。同时MR20DE引擎与XTRONIC CVT无级变速器这对“黄金组合”不仅动力强悍,而且经济实用。XTRONIC CVT无级变速系统,提供了1000余种智能变速模式,能应对不同情况的变速需求,将动力平顺地传递到轮胎上,不会有换挡时的顿挫感,还可以使发动机在经济油耗状态下工作,油耗性能比传统的AT节省约15%。

行驶在城市道路上,搭载XTRONIC CVT无级变速器的2.0L车型百公里综合工况油耗仅为8.7L,对比一些经济型家用轿车,也不遑多让,成为城市SUV车型中节油性最突出的车型之一。

逍客不仅动力性能杰出,在操控上更具有与生俱来的优越感。逍客配备前麦弗逊悬挂,后面采用多连杆后独立悬挂系统,并且均配备宽大的稳定杆,对底盘起到良好的加固作用,不仅可以完美过滤不平路况带来的颠簸感,同时在高速过弯时车身不会有明显的侧倾,让驾驶逍客更添自信。

此外,东风日产逍客也十分注重越野性能。205mm离地间隙,使其具有优异的道路通过性,而领先的4×4全模式四驱系统,则进一步保证了逍客在恶劣路况的通过性和安全性。

纵观城市SUV市场变化,无论是“新秀”翼虎还是“老将”逍客,只要能够把握消费者真实需求,重视人性化科技,真正“以人为本”,不断改善消费者的驾乘体验,就可以赢得青睐,成为市场的“常青树”。

