

A22 都市车界 访谈

“做中国最有价值汽车品牌”

——本刊专访东风日产市场部部长叶磊

第二十届齐鲁车展开幕之际,东风日产市场部部长叶磊应邀出席开幕式。初次见面,身高接近一米九的叶磊,说话爽朗,性情豪迈,像个山东人。当记者谈起对他的第一印象时,叶部长笑着说自己是山东聊城人,所以自己也算半个山东人。从销售部长调任市场部,叶磊坦承至今仍然不适应在媒体面前夸夸其谈,只会用行动来证明自己的工作。其实这正是东风日产一个鲜明的企业特点:点滴细节下功夫,于无声处见分晓。



□本刊记者 王士强

领先半步 成就“东风速度”

继去年旋风般增长30%,超额完成年度销售目标之后,东风日产今年更是一发不可收拾。上半年,东风日产已经实现销售27.8万辆。1—8月份,完成年度销售目标82.6%,旗下骊威、TIIDA、轩逸、天籁“四大金刚”齐齐挤入万辆俱乐部。金九银十和年末双节到来之前,全国的订单已经积累了4万个,终端经销商更是创造了史无前例的零库存。“东风日产现象”成为汽车行业兴起的一个全新课题。作为一个市场后继者,到底是什么力量促使东风日产在短短六年内积累了150万客户,并在最近两年内狂飙突进呢? “我们至今仍然不敢托大,说自己已经走在了行业前列,成为行业主流。我们

只是把自己该做的做好,让消费者看明白,东风日产一直在踏实勤勉地做事。”叶磊坦承,2003年东风日产乘用车公司刚刚成立的时候,也经历过起步阶段的低迷和彷徨,而那是一个襁褓期的企业必然经历的。在后来的事业发展中,以任勇为代表的东风日产高层总结出“领先半步”的经营策略。无论是在产品研发、技术输出上,还是在网络建设和后来的市场营销中,东风日产总能先人一步,领先市场。

“以网络建设为例,今年业内兴起一股开拓二三线城市的潮流,而我们早在2005年就已经开始着力。除了网络渠道的广度以外,我们更加注重新深度和质量。在山东,我们已经在三线城市泰安新泰建立了自己的4S店,这在其他品牌厂家中还是鲜见的。”

体验营销 展现真正的“技术日产”

今年5月份,一场央视全程跟踪报道的天籁一箱油挑战赛引起整个网络的轰动。挑战赛起点设在上海,终点设在北京,一箱油跑完全程,参赛选手全部由网络募集,有天籁车主、网友、职业赛车手。央视在赛前的随机调查中,几乎没人相信天籁能够完成这个挑战。等到结果出来,2.0L天籁一箱油跑了1620.9公里,2.5L天籁

一代智能CVT无级变速系统。VQ连续十四年获得全球十佳发动机,CVT则体现在其无齿轮变换的自动变速系统,使零换挡冲击、零时差加速、零动力损失的“三零”目标成为现实。只有足够领先的技术支持,才能实现新天籁的省油奇迹。这个挑战赛的成果立竿见影,一个月后新天籁月销量过万。NISSAN安全驾驶体验活动是东风日产每年最大的体验式营销活动。每个活动现场都要保留的项目是模拟轿车撞击瞬间的翻滚状态、安全气囊开启时的工作

模式,这些都可以让客户亲身经历到。叶部长告诉记者:“并不是每一个客户都能在实际操作中遇到这种极端状况,但是我们通过这种体验,让客户了解紧急状态下的处理办法和应对措施,更重要的是,我们通过这个体验营活动,向客户传递安全驾驶的概念,只有亲身经历之后,驾驶员才能深刻体会到安全的重要性。”

从风靡整个网络的骊威安全体验营,到每年一届的尼桑安全体验营,从奇骏作为全球唯一一款量产轿车登陆南极,到天籁一箱油挑战京

沪。东风日产的体验式营销总是给人意想不到的惊喜。“我们就是要通过这种客户亲身参与的体验式活动,向消费者展示真实的日产。展示我们独到的技术、内部空间的创意设计极致到对每一个细节的安全保护。”

挑战,超越 为了实现最有价值的目标

东风日产是目前国内合资汽车企业中,产品谱系最为齐整的车商之一。从入门级的骊威到中高档商务座驾天籁,从跨界车型逍客到纯正的功能型越野奇骏,东风日产车型涵盖了每一个细分市场。令人艳羡的是,几乎每款车型都成为了细分市场的领军者。7月份,东风日产旗下天籁、轩逸、TIIDA、骊威均进入“月销万辆俱乐部”,书写了中国汽车发展史的一段传奇。

技术领先,营销活动出类拔萃,消费者高度认可,口碑影响越来越好。记者请叶部长预测下五年后的东风日产会是什么样子。此前爽朗笑声一直不断的他突然严肃起来:“对于未来,东风日产并不希望单纯地做到量上的优势,我们更希望能够给消费者带来更多实用、可靠的车型。我们东风日产行动纲领里面提到:争取成为中国最有价值的汽车品牌。这是我们的奋斗目标,五年如果不能实现,我愿意奋斗更长时间。”

东风雪铁龙 C-Elysee 新爱丽舍 自信源自成熟. Advertisement for Citroen C-Elysee with a photo of a man and a car.



“玛莎拉蒂之夜”闪耀泉城

9月14日下午,贵和皇冠假日酒店门前一辆炫酷的黑色玛莎拉蒂豪华轿车吸引了众多泉城市民驻足观望。当晚,刚刚在2009齐鲁秋季车展上惊艳亮相的世界著名豪华汽车品牌玛莎拉蒂首次选择在济南举办高端品鉴,玛莎拉蒂最新款旷世“画作”——全新Quattroporte总裁系列行政版、精英版奢华再现,带给现场近百位泉城名流们一次风驰电掣的视觉体验。(晓寒)

东风雪铁龙 C-Elysee 新爱丽舍 自信源自成熟. Advertisement for Citroen C-Elysee with contact information and features.

北斗星竞取版 日系基因尽显

据全国乘联会统计,今年上半年北斗星销量同比增长近50%,市场保有量达到30万台,已成为微车市场上家喻户晓的明星小车。这一爆发式增长的销量数据,使越来越多的消费者尤其关注到北斗星的新品上市。四方高顶设计、源于日本铃木全球战略型小车Wagon R、K14B发动机、联合知名厂家开发的手自一体变速器……这些经典的日本铃木设计风格 and 节油技术,使北斗星竞取版竞争力凸显。同样,日系车注重细节、充分为用户考虑的特点也在竞取版的操控性上得以体现。(本记)

一汽丰田RAV4 黑色新装震撼登场

近日,一汽丰田汽车销售有限公司宣布,旗下城市SUV RAV4在原有五种车身颜色基础上,又追加了黑色外观车型。9月1日起,全国329家特约经销商正式接受预定。至此,一汽丰田RAV4全系拥有2.0L和2.4L两种排量,五个级别,6种车身颜色可供消费者选择。作为当今世界城市SUV的先驱和引领者,RAV4的外形大气、时尚而又足具动感,上市以来,RAV4凭借众多优势魅力赢得青睐,始终供不应求,销量稳步增长。截至7月底,RAV4累计订单已超过37000台。(晓岩)

世嘉挑战 高原极限操控

尽管云贵川一带关于泥石流和塌方的报道不断,但由三辆东风雪铁龙世嘉组成的“谁是王中王”挑战团,还是坚定地踏上了挑战极限之旅的征途。9月5日,挑战团车队在经过了3天的高原跋涉和两天的实地挑战后,圆满完成怒江72拐站的征服活动。挑战车队共穿越了一千多公里的复杂路况,途经川藏线上最高山口海拔5008米的东达山,攀爬到4618米海拔的业拉山,以“怒江72拐”的高原极限验证自己的卓越操控。世嘉以其挑战自我、不断超越的突破性,验证了卓越品质与WRC一脉相承的冠军操控。(若水)

Table with 5 columns: 代码, 简称, 收盘, 涨幅%, 简评. Contains stock market data for various companies.

个股简评 仅供参考 据此操作 风险自担 负