

全价值链优势显现 启辰概念车盛世登场

三大造车理念诠释品牌精髓 品质联盟宣告成立



4月19日,第十四届上海车展拉开帷幕。在本届车展上,启辰首款概念车整车造型盛世登场,概念车完美诠释了以“尊重”为信念,具有“亲和力”和“信赖感”,让中国消费者都能享受到愉悦高品质汽车生活的品牌精髓。

发布会上,东风日产也首次公布了启辰品牌销售服务网络和供应商体系建设等的战略构架,并宣告启辰“品质联盟”正式成立。这一系列举措不仅体现了东风日产的全价值链优势,更清晰展现了启辰的未来发展蓝图。

东风日产乘用车公司副总经理任勇表示,“启辰战略构架的首次呈现,既是启辰团队的阶段性成果展示,也明确了启辰品牌未来的发展路径。目前,启辰品牌的各项工作已经深入展开,首款量产车明年上旬上市。”

客户至上 专属复合型销售服务网络首开先河

启辰品牌坚持以“客户至上”为行为准则和思考原点,致力于用最真诚的态度和最实际的举措,为消费者带来一种全新的价值体验,不仅在全价值链所有环节恪守品质承诺,同时,充分尊重中国消费者的专属需求,为他们提供创新的复合型销售服务模式。

启辰销售服务网络发展不仅关注客户需求、重视客户服务,更要着眼未来、建立长期的信赖关系,坚持以“客户至上 国际品质 专属销售 全网服务”为战略方针,甄选最优质的经销商,构建全新的专属销售体系,不论硬件还是软件,都将达到与NISSAN专营店相同的全球标准,以国际品质充分满足中国主流消费者的需求。

启辰专营店硬件设计充分体现了亲切感、新颖造型、全功能空间和启辰品牌内涵四大设计维度,为客户带来耳目一新的全方位体验。而在软件方面,启辰专营店将完全按照全球标杆销售服务标准和人才培养体系,为消费者提供国际品质的销售服务。

根据渠道及网络建设规划,预计到2012年首

款量产车型发售时,启辰将会有100家以上专营店开业。同时,启辰将携手NISSAN专营店,提供双品牌网络的服务支持,让客户可以享受到成熟品牌服务网络一样的便利服务。届时,启辰的实际服务网络将覆盖全国31个省、市、自治区,延伸到的地级市达274个。

东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示,以“客户至上”为思考原点,启辰团队将携手优秀的经销商合作伙伴,为中国主流消费者提供愉悦的高品质汽车生活。

“客户至上”不仅体现在销售和服务上,在采购体系中也有体现。启辰据此制定了采购体系战略,并明确提出品质标杆化、成本最优化、开发协同化,以及效率最大化的战略准则。

启辰充分利用NISSAN品牌现有供应商平台,同时发掘培养竞争优势明显的新供应商。以“整车质量领域领导地位”为品质方针,通过QCDDS供应商评价和质量管理体系,确保启辰产品最具影响的指标全部都在最高水平。

同时,启辰各部门通力合作,通过仕样挑战、

材料优化、物流挑战、深度国产化、削减部品种类、工艺改善等事项的开展,在降低成本和提升质量的同时,实现启辰与供应商的双赢。

此外,启辰坚持与最具开发能力的战略供应商联手合作,开展整车同步设计,并积极推动供应商现地、共向的开发和生产,最终实现启辰与采购供应链的“开发协同化”,进一步优化采购供应链,提升体系竞争力,以达到开发和资源利用效率的最大化。

启辰品牌采购体系负责人秦华部长表示,以品质标杆化、成本最优化、开发协同化和效率最大化为战略准则,启辰已精心甄选出近80家优秀供应商,他们将与东风日产一起构建启辰的战略导向型采购平台,这些优秀供应商是成就启辰精彩事业不可或缺的中坚力量。

随着启辰品牌最新战略架构的首次呈现,其未来发展的蓝图已经逐渐清晰,它不仅体现了启辰团队专业化、国际化的强大实力,更让人对启辰品牌未来的发展充满信心。

行业精英齐聚 启辰“品质联盟”宣告成立

发布会现场,东风日产宣布启辰“品质联盟”正式成立,并联合包括宝钢在内的优秀供应商和中升、威佳在内的优秀经销商代表,共同发表了《启辰品质联盟纲领》。

该联盟是由中国汽车制造企业、零部件配套企业、销售服务企业三大范畴中最优秀的企业共同组成的合作联合体。他们在“让每一个中国人享受愉悦的高品质汽车生活”这一梦想的感召下,强强合作,创建全新的、更具竞争力的多方共赢的合作模式,通过资源整合、联合开发实现二次创新,集成转化产业创新成果,站在全球汽车产业的高度,为中国主流大众提供真正高品质的产品和服务。

《启辰品质联盟纲领》旨在集合行业内最具

创新能力、技术实力、资源实力的优秀企业,以全球视野吸收融合世界先进技术、持续创新,以世界级品质标杆水平为标准,打造高品质的产品和服务,同时秉承尊重的信念,至善践行的精神,全面满足中国主流大众的高品质汽车生活。

任勇表示,“启辰坚持全价值链战略导向和全产业链共同研发,致力于提升全产业链的研发水平,致力于打造一个完全开放的平台。无论是中国本土的供应商,还是根植于中国的外资供应商,都已经站在这个舞台的中央,他们有条件、有空间将创造力和对中国市场的热情最大化发挥。”

启辰“品质联盟”这一业界首创的模式,体现了东风日产经过八年发展,凭借产品能力、制造

能力和市场能力的均衡发展,形成了可持续发展的、在全价值链上的体系竞争力,不仅能为中国消费者提供最佳汽车生活体验,也能为中国汽车产业的全面健康发展贡献更大力量,这一创举是对中国汽车企业如何实现“合资价值最大化”的有益思考和积极探索。



概念整车造型亮相 三大造车理念面向主流需求

除了发布启辰战略构架之外,启辰概念车整体造型也首次完美亮相。

概念车前脸整体以启辰标志为中心,富有张力的两组造型线,自格栅两侧沿着前大灯有力延展,动感的曲线与前大灯浑然一体,如同极尽展开的双翼,蕴藏着一股蓄势待发的上升力量。前格栅下沿,一条独特的性格线,随饱满的曲面向两旁延伸上扬,进取气度不彰自显。

启辰概念车所展现的“羿”的设计理念,将贯穿启辰品牌所有车型。首款概念车整车造型,不仅完美体现了该理念的神韵和精髓,更承载了启辰品牌的三大造车理念。

在驾乘感受方面,启辰将依托领先的技术平台,在提供高效动力和便捷操控的同时,以人性

化设计,为消费者带来舒适的驾乘感受;在外观设计方面,启辰力求与时俱进,以主流时尚设计赢得消费者最广泛的认同。

同时,启辰将以全球标准为品质基准,在确保可靠品质的同时,提供性能与价格的最佳平衡。

这三大造车理念是东风日产和启辰品牌对中国消费者需求的深刻理解,它代表了中国汽车消费的主流发展趋势。基于这种洞察,东风日产计划将在2012年上半年推出启辰品牌的首款量产车,并在2012年内推出启辰品牌的第二款量产车。

东风日产自主品牌启辰自发布之初就引起了持续、广泛的关注,随着启辰战略构架的首次

呈现,启辰“品质联盟”的成立,以及首款概念车亮相,东风日产进一步展现出其在全价值链资源整合能力上的非凡实力以及对行业发展趋势的精准判断,更让人对启辰品牌的发展和首款量产车型的面市充满了期待。

