

擎动
齐鲁

2011中国(山东)年度汽车总评榜

2011山东人购车权威指南

年度汽车风云人物 任勇 (东风日产)



年度人物档案

男,生于1963年12月9日,现任东风汽车有限公司副总裁、东风日产乘用车公司副总经理。
1993年4月至1995年6月,任大亚湾东风车城股份有限公司副总会计师;
2001年11月至2003年7月,任东风公司南方事业部总经理;
2005年9月至今,任东风汽车有限公司副总裁。

随着郑州工厂的扩能,花都新工厂的投产,合资自主品牌启辰的首款新车蓄势待发,东风日产即将进入百万级规模、双品牌运作的崭新阶段,并向行业第一阵营发起冲击。这家刚刚成立八年的年轻企业,用风一样的速度为我们演绎了“东风日产奇迹”。带领整个东风日产团队创造这个车坛神话的,就是任勇。

2011年国内首家提出“调高销售目标”

在车市整体低迷,日系品牌更显颓势的2011年,东风日产却一枝独秀。最新数据显示,东风日产9月全车系销量达80,051台,环比增长25.2%,同比增长23.5%,一举创下有史以来最高单月销量纪录。其中,天籁、轩逸、新TIIDA、新逍客、SUNNY阳光五款主力车型销量齐齐过万,把东风日产推上了本月乘用车销量企业排行榜前列。

在中高级车市场上,天籁保持领跑者风范,以15,236台的成绩重登该区隔月销量冠军宝座。而凭借一贯强悍的“战斗力”,1-9月,天籁以111,728台的累计销量轻松摘取中高级车市场前三季度的总销量桂冠。

中级车市场方面,由轩逸、新一代TIIDA和SUNNY阳光组成的“铁三角”依然稳居万辆俱乐部。其中,阳光表现尤为抢眼,实现环比增幅36.2%,以16,113台的销量成绩再次刷新其最高单月销售纪录。而轩逸和新TIIDA则分别以11,862台及11,139台在各自区域继续取得领先。逍客则以12,514台的销量入主万辆俱乐部。

前三个季度的销量达到58.7万,同比增长17.6%。不仅如此,这家公司还高调宣布,把年度销售目标从77.2万辆

提高到80万辆。这样的业绩,足以让东风日产人感到骄傲。

明年跨入百万车企阵营

东风日产前不久提出要在2013年实现130万的年销量目标。今年完成80万的销量之后,2012年,就要实现年销百万的历史性突破。这种突破从何而来?任勇前几年一直在酝酿的区域事业部改革已经浮出水面。

早在2008年,东风日产就开始未雨绸缪地思考百万级规模的公司架构,计划在大区制取得成功的基础上,明年再成立区域事业部。任勇说,区域事业部将在商务政策、市场推广等方面获得很多总部下放的权利,这不仅仅是架构的调整,而是企业管理文化的改革:过去打仗是领导在后方指挥士兵向前冲,现代战争则是全副武装的士兵在前线呼叫导弹发起攻击。他强调,东风日产一直以小公司的心态来做大事,以保持小公司的灵活和敏锐。

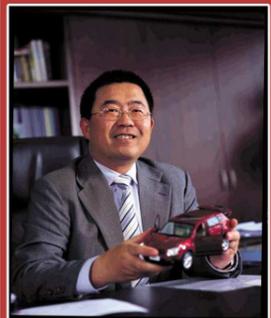
但是任勇已经开始意识到潜在的问题。“现在是一个政策对全国,比如说商务政策和营销策略,全国一盘棋,无法兼顾区域市场的特殊情况,导致效果大打折扣。从营销上来说,为了近地化、为了提高决策效率,更加适合各个区域的顾客购买习惯,必须有区域的事业部。事业部成为我们真正的优势兵力所在,总部更多在承担一个服务机构的角色。”

总部变成服务机构,真正接触市场前沿的区域事业部成为核心部门。任勇的这种变化,与其说是一个组织机构的变化,更应该是一个管理文化的变化。东风日产的这种变化,或许才是它总能赢得市场的致命武器。



获奖理由

任勇,这个戴着眼镜,平时谈话中总是面带微笑,温文尔雅、随和低调的中年人,从十年前的“奉命南下”,开拓东风汽车的南粤版图,到如今带领东风日产朝着百万车企宏图激情进发,他无疑是东风日产的灵魂人物。从刚开始创业时候的“领先半步”,到如今年销近百万的“小企业,办大事”,任勇时时刻刻都在强调低调学习。东风日产作为国内合资品牌中最年轻的后起之秀,仅仅八年时间,就成功跻身行业前四。今年以来,更是成功实现了天籁、轩逸、逍客、骐达、骊威五款车型全部月销过万的行业奇迹,任勇获得2011年度风云人物,实至名归。



— 车情·车趣·车生活 —

百年润华·百年希望——“润”基金

10月17日,润华集团·山东省第十届汽车文化艺术节盛大开幕,作为本届艺术节的亮点之一:“润”基金在发布会上正式启动,标志着润华集团的公益捐赠事业进入一个全新的阶段。“润”基金承载了润华回馈企业的理想,是润华恪守企业理念、践行社会责任的公益之举。

润华集团作为企业公民,一直恪守“为社会”的责任理念。成立20多年来,润华集团参与过济南小清河、1998年抗洪、2008年汶川地震等一系列捐助。为整合润华爱心公益资源,让润华集团员工的爱心有传递和释放的方向,润华集团依据《中华人民共和国公益事业捐赠法》和国务院《基金会管理条例》等相关法律法规,联合中国青少年发展基金会成立了“润”基金,捐助方向为贫困地区的教育事业。

自“润”基金成立之日起,“润”基金将瞄准山东省内贫困地区的教育,以“百年润华,百年希望,百所希望小学”为目标,持续不断地为农村贫困地区的教育贡献绵薄之力。在第一个5年内,“润”基金计划围绕在润华汽车园所在的济南、济宁、青岛、潍坊、菏泽、枣庄等区域,各建成一所“润华希望小学”,另外,“润”基金还将对“润华希望小学”捐赠一定数量的教学器材,用于改善贫困落后地区的教学硬件设施;并设立奖学金机制,以资助优秀学生顺利完成学业。与此同时,“润”基金还要在其它需要支持的地区继续投入,建设更多的“润华希望小学”。润华集团将依托“润华希望小学”建立起润华客户活动基地,每年将组织各种互动类公益活动,号召车主关注希望工程、支持希望工程,组织车主代表参加“润华希望小学”的志愿支教活

动。借助各种活动纽带,有效地串联润华客户和受捐赠地区的孩子,形成真正意义上的捐助互动。

未来,还要邀请润华希望小学的师生到润华汽车主题公园参与汽车文化艺术节及润华集团组织的各项活动,让他们感受汽车生活,由以往财物捐助,上升到兴趣志向引导,鼓励孩子胸怀大志,刻苦学习,进而引导他们树立积极向上的工作观、人生价值观。

润华集团与中国青少年发展基金会将委派专人共同成立基金管理机构,对“润”基金进行专项管理,建立完整基金规划及档案管理。同时为保证基金使用的透明度,我们将不定期地通过媒体向社会公示“润”基金的资金用途明细,为社会捐赠公益事业作出表率。

作为“润”基金的活动之一,润华奥迪

的“萤火虫”计划——帮助失明儿童公益活动已经启动。即将在11月5日进行的“为爱而行”都市驾车趣味寻宝活动,媒体代表也将通过活动将爱心注入“润”基金。百年润华,百年希望,给贫困地区的孩子更多关注和帮助,让我们共同为他们筑起一片希望的天空!



Run foundation

润华集团 山东省第十届汽车文化艺术节

2002 - 2011

0531-87299999 www.runhua.com.cn

品质看齐豪华车

别克君越“越级”领航

随着购车消费和增购型消费人群的逐步扩大,中高级车市场迎来新的发展阶段。特别是今年各大主流品牌纷纷加大了投入,B级车新品接踵而至。日趋激烈的竞争使得中高级车市场进一步细分:一部分“中老熟”车型不断降价下探,以拉低售价冲击市场;另一部分新车型和有科技实力的车型稳守中高端区间,引领着中高级车的发展方向。

B级车市格局渐已形成

B级车往往或以技术见长,或以舒适性为主打,同时具备舒适性和技术优势的车型并不多。当具有尖端科技优势和向豪华车看齐品质的新君越出现时,自然很快成为B级车市场高端车型的标杆。数据显示,2011年4月,上海通用别克新君越以11442台的稳定成绩,首度加冕中高级市场月销量王座。截至2011年8月底,君越系列已累计销售22.3

万辆。更值得一提的是,25万元以上的君越车型销量占总销量比例超过90%,在中高级车高端细分市场处于绝对领先。

具有领先的技术才具有产品力

别克新君越从上市一开始就着力于展现其强大的产品力。从动力总成来看,率先在3.0L旗舰排量采用V6 SIDI智能直喷技术,同年又配置了2.0T涡轮增压发动机,以超越同级发动机的性能优势给这款车以充沛的动力性。一年之后,别克将高效先进的SIDI智能直喷发动机覆盖到2.4L排量,君越全系进入直喷时代。在别克越级科技的支持下,君越将智能直喷打造成了中高级车市场动力技术的新标杆。日前,上海通用汽车隆重推出别克君越eAssist混合动力车,将SIDI智能直喷发动机与先进的eAssist智能混合动力技术完美融合,在保持固有的高品质驾乘性能与豪

华舒适的前提下,油耗可降低20%。

向豪车看齐的配置成就高附加值

很多实车体验过新君越内部空间的消费者都说,它的内饰非常精致,精致往往从细节处可以体现,比如仪表盘上豪华手工双缝线工艺,而这种手工双缝线的设计一般是一些高端豪华轿车的“专利”。不仅仅材质上用心,在科技配置上塑造的豪华感,也是新君越高级化的重要举措。别克独有的QuietTuning图书馆级静音科技,营造出更具专属感的静谧内部空间氛围。而国内首度引进的CDC全时主动稳定系统,则既确保了这辆大车随心所欲的操控感,又实现了出色的减震效果。11喇叭的harman/kardon豪华音响、三区独立空调、全景天窗等配置营造出一个豪华舒适的“头等舱”。同时,别克君越还有一个多数竞品无法比拟的优势——



OnStar安吉星全时在线助理,多达二十多项并且仍在日益丰富的信息服务,不断提升着君越的高级感。

高品质支撑的高保值率

购买中高级车的消费者,对车辆的保值率更为看重。笔者从全球著名的车辆识别和价格信息提供机构Redbook获悉,2011二季度二手车残值跟踪报告显示中高级轿车里,新君越以高分获得冠军,这是别克系列产品继一季度荣登榜首之后,第二次问鼎二手车残值率排行榜。总体而言,新车价格、综合性能、品牌溢价已经成为影响二手车残值的三大关键因素。别克君越在细分市场的车型阵容与产品优势,已经形成对竞品的较大差距。背后折射出上海通用在产品技术研发方面的巨大投入,以及消费市场需求的准确把握。(唐慧)