

启动新品牌战略 创领汽车合资企业新模式

东风日产自主品牌“启辰”正式发布



“启辰”品牌发布，赢启新里程

东风日产自主品牌中文名称——“启辰”（英文名：Venucia，源于希腊文），本意启明星，即开启光明的第一道辉芒，指引未来方向，它寓意东风日产厚基勃发，在汽车普及时代，完全站在消费者的需求角度思考、并付诸实践的崭新里程即将正式开启。

“启辰”的LOGO以蓝色作为底色，象征着深邃的梦想；而“五角星”是象征完美的符号，

表达了东风日产为实现梦想，不断追求完美的态度；“五颗星”源自“天有五星，地有五行”，“五行俱全”寓意和谐，蕴涵祥瑞之意。

“启辰”是东风日产全力打造的拥有自主知识产权的品牌，承载着东风日产的产业梦想。“启辰”以“共创价值 共谋福祉”的企业使命为源头，以亲和近人的态度、至善践行的精神，整合世界级的先进技术，为中国主流消费

创新自主路 开启汽车合资企业新模式

东风汽车公司董事长、党委书记徐平指出：“启辰，是凝聚了东风日华人，乃至中国汽车人智慧与汗水的结晶，也表明东风日产经过7年的不断积累，有信心站在全球汽车产业的高度上，充分满足消费者的高品质汽车生活需求。”

东风日产是乘用车行业第一集团军中率先发布自主品牌的企业，这既是汽车合资企业适应市场需求的新举措，同时也是响应国家政策导向并顺应汽车产业发展趋势的必然结果，具有十分积极的示范意义。通过自主品牌的全新平台，发掘和整合中国汽车产业的资源潜力，为中国消费者提供更具价值感的产品与服务，无疑是中国汽车合资企业发

展的新路径，也是对于汽车产业发展与创新的一次全新探索。

经过七年积淀，东风日产已经具备了丰富的经验和资源积累，并形成了高效、战斗力强大的团队体系，成为中国乘用车市场最具发展潜力的卓越企业之一。东风日产有能力站在中国汽车产业的高度，整合全球以及国内顶尖技术和资源平台，满足中国消费者不断提升的需求。

对于东风日产发布“启辰”自主品牌这一战略，日产同样表示了积极的态度。东风汽车有限公司总裁中村公泰在讲话中明确指出，“得中国者得世界，这已是大家的

2010年9月8日上午10时，东风日产自主品牌“启辰”发布会在北京隆重举行。来自工信部、发改委、行业协会的各位领导，以及来自全国各地的200多家媒体共同参与并见证了这一具有历史性的时刻。

本次东风日产发布自主品牌“启辰”，不仅是年产销100万辆为目标向更高层次发展的重要战略，而且也是基于进一步全面满足中国消费者需求的战略考虑。从市场发展来看，随着中国汽车市场进入“起飞期”的汽车消费新时代，中国消费者对于汽车产品的理解和诉求，都发生了全新的变化。

东风日产副总经理任勇表示：作为汽车行业的领先企业，东风日产深刻认识到必须洞察先机 and 顺应潮流，积极满足中国消费者不断变化发展的市场需求。“启辰”的发布，是“因时而动，顺势而为”。

任勇指出：“我们有责任也有能力创建一个全新的、更有亲和力也更具备信赖感的自主品牌，来为中国消费者提供更具价值感的产品与服务，使他们享受到中国汽车工业蓬勃发展的红利。东风日产全体员工对此充满信心，我们已经做好了准备。”

者开启愉悦高品质汽车生活的品牌梦想。

按照规划，从2010年底开始，“启辰”将陆续推出概念车和量产车型，2012年上半年，首款量产车型将正式上市。作为全新的自主品牌事业，东风日产将为“启辰”建立独立的设计、研发、生产、营销和服务体系，在此次发布会现场集体亮相的“启辰七剑客”，将成为未来东风日产“启辰”自主品牌发展的中坚力量。

“启辰”的诞生，标志着东风日产进入“双品牌”运营阶段。一方面东风日产将继续秉承“技术日产·人·车·生活”的品牌理念，坚持日产全球最先进的技术与品质标准，导入“NISSAN”品牌的产品；另一方面，自主品牌“启辰”将以“尊重”为信念，以“亲和力”“信赖感”为品牌特征，依托东风日产的强大实力、资源积累以及优秀团队，为中国消费者提供更具价值感的产品与服务。

启辰



品牌名称及内涵：

中文名：启辰，即启明星，开启光明的第一道辉芒，指引未来方向。

英文名：Venucia，源于希腊文，本意启明星。

寓意：它承载着“启辰”的梦想，以企业使命为源头，秉承尊重的信念，至善践行，以世界级先进技术，为中国主流消费者开启愉悦高品质汽车生活的品牌梦想。

品牌标识：

“蔚蓝星空 五星辉映”

“蔚蓝星空”寓意着启辰立志高远，矢志不渝的无限追求；“五星辉映”源自“天有五星，地有五行”，“五行俱全”寓意和谐，蕴涵祥瑞之意，并诠释着启辰更深层次的品牌内涵；

蓝色：象征着深邃的梦想，蕴涵希冀，意指这是有梦想的品牌；

五角星：黄金分割比例，是象征完美的符号。表达了东风日产为实现梦想，不断追求完美的态度；

银色大星：代表启明星，开启品牌的梦想，开启光明的第一道辉芒，指引未来方向，象征为中国消费者开启愉悦高品质汽车生活的品牌梦想；

右侧银色小星：代表“共创价值 共谋福祉”的企业使命；

右侧蓝色小星：代表以“尊重中国消费者需求”为造车原点；

中间蓝色小星：代表以“臻于至善的践行精神”为行动纲领；

左侧蓝色大星：代表以“整合世界级先进技术”为品质基石。

品牌愿景：

让每一个人都能享受愉悦的高品质汽车生活。

品牌规划：

2010年底开始，“启辰”将陆续推出概念车和量产车型；

2012年上半年，首款量产车型将正式上市。

七年200万 创乘用车企最快纪录 再攀新高峰，东风日产第200万辆正式下线

2010年9月8日，上午10时，东风日产第200万辆下线庆典在北京隆重举行。来自工信部、发改委、行业协会的各位领导，以及来自全国各地的200多家媒体共同参与并见证了这一具有历史性的时刻。

由零起步到累计产销突破200万辆，东风日产仅用了87个月，创造了中国乘用车企业达成200万辆的最快纪录，将“东风日产速度”演绎得淋漓尽致。

回顾企业7年来的发展历程，从2003年的初创到2010年的厚积薄发，东风日产每一步的成长都可谓有目共睹，有迹可循。成立短短七年，稳居乘用车行业第一集团军，3倍于行业平均增速的发展速度，年均复合增长率高达60%，东风日产继续创造着汽车行业的奇迹。今年上半年，东风日产累计销量突破330.776万辆，同比增长47%，完成了全年销量目标的55%。

200万辆的达成既是一个高点，也是一个起点。200万辆代表着200万车主的认可和

信赖，是品质的见证，是厚积薄发的结果。更重要的是，通过七年的发展，东风日产已经在商企、设计、研发、生产制造、营销、售后服务及水平事业等方面积累了丰富的经验，具备了全价值链的竞争力，同时形成了一个高效的、战斗力强大的优秀团队。

目前，东风日产拥有日产全球第四大研发中心，并与日产世界各地技术中心及研发基地进行全球性紧密合作，在中国投产的乘用车型全部为共同开发，积累了大量本土研发的经验。同时，东风日产花都工厂也已经成为日产全球领先的标杆工厂。在JD Power的各项排名中，东风日产一直保持行业领先。2009年底启动的市场品质解析中心，再一次将日产全球的管理理念、技术方法引入中国，也让东风日产全面、系统的实现了品质全球高度和国际化。

而服务和水平事业方面的专业与专注，为东风日产七年200万的跨越式发展奠定了

坚实的基础。东风日产的“感心服务”品牌以“专业专注 全心全程”的服务理念为核心，不仅为消费者提供贯穿从买车、用车到换车的系统化专业服务，更有保险管家、二手车置换、易租车、N易贷等全面的汽车增值服务。

在营销方面，东风日产的创新营销闻名业界。从新天籁牵手莎拉布莱曼演唱会，到“奇骏征服南极之旅”以及“东风日产超级球迷南非行”，再从“轩逸款待家人”系列活动到“新天籁家族秒杀上市”等，一个个经典案例让东风日产营销团队成为一支能征善战的“梦之队”，为东风日产的发展和腾飞起到了至关重要的推动作用。

2012年，东风日产投资50亿元兴建中的花都第二工厂将投入使用，届时其将成为华南地区最大的、功能最齐全的汽车制造基地。连同襄樊工厂，东风日产2012年的实际产能将超过100万辆，为东风日产中长期事业计划的实现提供了有力保障。