

立足行业顶端 开创共赢模式

杨嵩：精英创富，进入三四线城市

“精英创富战略是对行业渠道开拓模式的大胆创新，通过全新的‘精英店’模式，将实现精英人才、企业、区域市场多方共赢的良性局面，更将进一步带动行业加速向区域市场的下沉。”——东风日产市场销售总部副部长杨嵩在专访中表示。

的确，一线市场日趋饱和、新车型不断增加、油价持续上涨、消费者日趋理性……对于逐渐走向成熟的中国汽车市场而言，2012年每个身在其中的企业感受到了压力。在这种情况下，三四线城市被视为汽车市场的新蓝海，如何进行渠道下沉成为了每个厂商都在思考的课题。而近日东风日产提出的精英创富战略，为这一行业课题提供了全新的思路。

“以人为本”，才能赢在未来

精英创富战略，是东风日产面向全社会、全行业招募创富精英人才的全新渠道开拓模式。在精英创富战略中，东风日产将作为天使投资人，帮助创富精英实现创业的梦想。具体而言，是指东风日产将与创富精英合作，开设一家拥有正式品牌授权的东风日产“精英店”，使其成为东风日产旗下全系产品的汽车经销商，让精英创富的梦想与现实更为接近。

“东风日产推出精英创富战略，是基于人才战略考虑的，三四线城市的开发需要大量人才去管理。东风日产希望将企业打造成最据吸引力的精英平台，给业内精英提供职业发展捷径，携手精英，实现共同创富的理想。”杨嵩说。

在近几年不断发展壮大的过程中，东风日产已经成为汽车行业的标杆型企业。三地四厂的生产基地、完善的产品布局、近20%的年销量增长率……经过9年时间，东风日产已迅速成长为中国汽车企业的第一梯队成员。在汽车人眼中，东风日产已经成为了一种现象。

而在杨嵩看来，决定这一切的根本所在，是“人”。在面对三四线市场时，东风日产首先要解决“人”的问题。

“人”是企业中最重要的因素，看待团队的能力往往要先看人的能力。这几年行业发展非常快，每年东风日产要增加一两百家4S店，全行业总共要增加几千家，所以汽车行业真的很缺乏人才。”杨嵩表示，“店面不断增加，人才缺

乏就难以满足市场的发展需求。东风日产希望通过提供资金及运营支持，携手精英人才及中小投资人一起构建新的渠道网络。”

“精英店”的全新模式，为解决区域市场的人才问题和销售、服务问题提供了新的思路。在发展三四线城市网点的同时，更能吸引人才向三四线城市回流，有望真正盘活市场。

纵观如今的汽车行业，企业间竞争激烈，一线城市的市场相对饱和，各个厂商也在望向三四线城市的肥沃市场。但是，缺乏人才管理成为各个企业面临的共同问题。东风日产率先向这一困难发起挑战，可见面对新一轮的市场竞争，东风日产已经做好了充分的准备。

勇开先河，开创共赢模式



“作为中国汽车行业的领军企业，东风日产向来以‘领先半步、敢为天下先’的精神，为业界称道。我们甘当‘先锋军’，以东风日产的创新来引领和推动行业的创新，以我们的实力和能力为渠道模式破局进行探索和尝试，为中国汽车产业的下一个繁荣十年注入新的力量。”杨嵩自豪地说道。

正如此言，进入2012年后，东风日产明显加快了前进

的步伐，并实施了“百城翻番”和“大部制”两大举措推进区域市场发展，并取得了明显的成效。

杨嵩指出，“百城翻番项目中的一百个城市都是三、四线城市，它们在去年绝对量占到全国总量1/3。今年东风日产预计增长20万台，1到5月份这一百个城市的增长大概占到全国65%，相当于1/3的存量带动接近2/3的增量，而且预计下半年这个项目会给

我们带来更大的增量。”

对于大部制，杨嵩同样给予了高度肯定，“虽然在完善流程方面我们花了很多精力，但是从营销的工作包括提升销量这些实质性的举措来讲，节省了不少心力。我们有四个地区部长跟进，我们的代理商也直接派驻到四个地区营销部，所以它其实是一个团队在做。”

“数字营销部也是如此，我希望每两个月大家就能看到东风日产在这方面有明显改善。五、六月份时，大家将看到我们会有更多的动作。我们坚定不移地认为数字营销是绝对正确的发展模式，而且每两个月就会有明显的变化。”

值得关注的是，东风日产在区域市场的这盘“棋”远不止如此，他们有着更加长远的思考。如果说地区营销部、数字营销部和百城翻番使东风日产赢得了营销下沉战役的胜利，那么精英创富战略的推出，则让东风日产在渠道下沉中抢得了先机。



立足行业顶端，开创“蓝海”样本

基于对人才战略和渠道网络战略的深度思考，东风日产敢为天下先，创新性地推出了“精英创富战略”。精英创富战略，是东风日产面向全社会、全行业招募创富精英人才的全新渠道开拓模式。作为天使投资人，东风日产将通过创富基金平台，为他们提供资金及运营支持，建立全新渠道网络模式——东风日产“精英店”。

据悉，东风日产“精英店”通常选择在市场潜力大的区域，具有NISSAN品牌和启辰品牌车型销售以及综合维修的全维度功能，运作模式与现有4S店基本一致。但与4S店模式不同的是，“精英店”规模较小，创富精英个人只需出资50万-60万元。在“精英店”成立初期，“精英店”股份比例将按照创富精英个人和东风日产的实际投入金额比例来确定。杨嵩表示，“在日常的经营过程中，作为小股东的创富精英将完全享有自主经营的权力，东风日产只对精英店进行财务监管。此外，东风日产还会为‘精英店’提供流动资金、管理咨询等全方位的业务运营支持。”

不仅如此，“精英店”所有的经营利润将在“精英店”的公司账面积累，当“精英店”利润累积到一定的额度，创富精英就可以使用“精英店”的盈利所得回购东风日产在“精英店”中所占的部分股权，从而实现“精英店”的控股，真正成为“精英店”的老板。

在创富精英实现股权回购后，东风日产仍将在“精英店”中保留

少量的股份，与创富精英继续保持战略合作的关系，并持续为“精英店”提供运营支持和保障，从而提高“精英店”的抗风险能力，确保“精英店”实现长期、稳定的发展。

东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示，“精英创富战略是对行业渠道开拓模式的大胆创新，通过全新的‘精英店’模式，将实现精英人才、企业、区域市场多方共赢的良性局面，为其它汽车企业拓展三四线市场提供解决范本，更将进一步带动行业加速向区域市场的下沉。”

作为行业领军企业，东风日产开创行业先河，面向全社会精英，推出精英创富战略，以创新性的渠道开拓模式，加快向三四线“蓝海”市场掘金步伐，推动东风日产品牌与产品的渠道下沉，距离年产销百万的梦想又进了一步。

杨嵩表示，“精英创富战略只是我们深度拓展三四线市场的尝试之一，未来我们还有一系列措施强化我们在三四线市场的竞争力，赢取在‘蓝海市场’、在未来十年竞争中的主动权。”

虽然目前精英创富战略才刚刚启动，距离“精英店”建设完成还有一段时间。但不难看出，东风日产正在努力寻求企业、人才、区域市场共赢的全新模式，为行业加速下沉提供了新的解决思路。我们也在精英创富战略的带动下，能有更多的社会精英人才投身三四线汽车市场，打开三四线城市之门。