

启辰的野心： 定义国民车新标准



随着中国汽车市场的日趋发展成熟,消费者也在逐渐成熟,更多地开始关注最值得在意的指标,对于大多数消费者来说,他们需要的是更高的可靠性、更低的使用成本和更经济的购车价格。

为满足国内主流消费群体对性价比的追求,东风日产启辰品牌在去年推出了D50、R50两款脱胎于日产全球著名B平台的产品。这两款车在东风日产郑州工厂生产,与奇骏、逍客两款中高级SUV出自同一生产线,采用同样的品质管理体系,拥有全面领先同级的产品优势。两款车型推出时间不长就得到了消费者认可,在今年1月份两款车月销量首次超过一万台,上市一年总销量接近7万台。

首款车型上市近一周年之际,今年4月10日,启辰再推出2013款全新车型,在能效、时尚、空间、品质、服务五大方面堪称同级标杆。尤其在能效方面,启辰2013款作为搭载1.6L发动机的车型,实现了百公里综合工况油耗仅6.0L,同时却保证了充沛的动力性,上市之后好评如潮。



新款D50和R50继续承担着启辰为消费者全力打造“高品质国民车”的使命。东风日产市场销售总部转职副总部长、启辰事业部部长叶磊说：“启辰的目标,是成为最受消费者欢迎的主流品牌,在这个汽车普及时代,定义国民车新标准。”

东风日产到今年6月份成立了整整10年,用叶磊的话说,过去10年所做的努力让NISSAN品牌在中国获得了极大的成功,团队也获得了10年的成长,对市场和产品的把握都有了相当的积累。“我们觉得自己更加懂得中国消费者想要什么,希望能在10年累积的基础之上进行新的挑战,创立一个满足更广大中国消费者需求的品牌。”叶磊说,“启辰品牌承载的,不但是汽车人的梦想,也是中国消费者的梦想,我们希望启辰成为一个桥梁,用我们的梦想来实现消费者的梦想。这是打造启辰这样一个自主品牌的原动力。”

在这样的背景之下,启辰开始借助东风日产的体系力重新建立自己的品牌价值,两年之前发布了启辰品牌,到去年D50和R50上市,“需要有拿来主义的过程,这是从量变到质变的一个必经阶段,但我们在产品中加入了对中国消费者的理解。”叶磊在接受采访时说,“作为新品牌,虽然初期在附加电子装备上不具备优势,但我们的整体品质表现领先于竞品,带给客户经济、可靠、舒适的使用体验,这正是启辰D50和R50销量不断提高的原因。”实际上,启辰D50和R50虽然在标配电子配置上确实谈不上丰富,但厂家提供了大量原厂精品供客户选择。叶磊说:“我们发现,让客户自己选择搭载哪些电子配置,这种方式更受他们欢迎。”

“启辰作为一个品牌,需要有完整的品牌架构和产品谱系,所以消费者的面是很广的,只要是处在人生向上的道路上,为事业打拼的人群都是我们的消费者。从终极目标来讲,希望把启辰做成像通用的雪佛兰。启辰应该和NISSAN成为互补的关系,两者

只是定位上的区别,NISSAN更注重技术,启辰更注重亲和,无论是造型还是功能和价格,都会让人觉得没有距离,容易接近、容易拥有、容易使用。”叶磊说。

启辰从品牌搭建到投入量产并得到市场的认可,表面上看只用了两年时间,实际上之前的准备已经非常充分,在研发、采购、生产、渠道、服务等各个方面都做了充分的准备之后,才有了去年产品的上市。

叶磊介绍说,启辰“品质联盟”这个行业创举,令启辰的产品具有了与生俱来的高品质优势。“我们把严格筛选的优秀供应商整合成一个品质联盟,大家共同发表了品质纲领,采用同样严格的品质标准。”叶磊说,“我们搭建的是一个开放式平台,在产品研发阶段,就邀请供应商开展先行设计或同步设计。从源头上保证品质。”换言之,启辰走的是一条联合开发的路子——通过集合诸多实力派本土供应商和全球知名供应商,联合研发零部件,把“品质做到了天花板”。

启辰在搭建生产体系的同时,同步展开了渠道的创立,在产品上市之时就有了100家专营店。“作为一个新品牌,外界质疑的除了产品品质和品

牌知名度以外,就是售后服务能力。之前我们做了充分准备,虽然最初只有100家专营店,但是我们采用‘专属销售、共网服务’的独特营销模式,启辰的销售是独立渠道,但在服务上与NISSAN品牌实现全网互修认证,600多家NISSAN专营店这个庞大的服务渠道都能为启辰提供极其便利的服务保障。上市之后第一个工作就是扩充和完善渠道,去年年底专营店扩充到了130家,在专营店集群的基础之上,希望最大限度地扩大与消费者接触的触点,在专营店辖区范围内建立二级网点,到年底拥有超过1400家二级网点。”叶磊说,“去年策划的一系列活动也起到了提升品牌知名度的作用,都使我们在半年之内达到甚至超过了国内同类型的厂家可能在更长时间才能取得的成果。”

2013年,启辰的目标是进一步提升品牌知名度,完善经销商的服务和渠道能力,一个更具挑战性的目标是,在2013年销量达到10万台,翻看其他新品牌的成长历史,很少能在第二年就站在这样一个区间上,启辰希望能成为第一个挑战这个高度的合资自主品牌。

