

在郑州,有这样一家“百亿企业”:它被称为中国皮卡行业的“扛鼎企业”;它率先在国内实施“双品牌”发展战略,尝试在合资品牌基础上发展自主品牌。从Nissan皮卡车到SUV帕拉丁再到CDV,随着每次新车型下线,都开创引领着一个全新时代。2007年,伴随首款自主品牌御轩MPV御轩和奥丁SUV联袂上市,不断推向纵深的“双品牌”战略将郑州日产推上发展快车道。随后几年,郑州日产不断在海内外市场开疆拓土,推动其迎来新的里程碑:2010年,该公司汽车销量突破10万台,成功跃入“百亿企业俱乐部”,进一步夯实汽车产业作为郑州市支柱产业的地位。郑州报业集团记者 成燕 胡审兵

郑州日产持续加大创新力度 “双品牌”战略 提速百亿企业之路

持续创新引领未来

郑州日产汽车有限公司成立于1993年3月,是中日合资整车制造企业;2004年10月,其重组进入东风体系。20多年来,它一直在持续创新中引领未来。

作为中国皮卡行业的特种部队,郑州日产堪称国内高端皮卡市场“扛鼎企业”。实际上,在中国皮卡行业里,开山鼻祖并非郑州日产,但能够促进大批皮卡车率先在公路维修、电力抢修、治安消防等公共行业应用,并把皮卡市场真正“玩转”的,却非它莫属。

协助郑州日产打下江山的“功臣”,就是其于1995年4月在国内批量生产的首款皮卡车型D21,直至今日,它仍然被称为中国“皮卡”之王。1999年,郑州日产成功导入日产汽车公司最新开发的D22系列皮卡车,并在国内进行批量生产。

随后10多年,凭借技术创新,郑州日产不断迈出坚实的步伐。

2003年2月,帕拉丁运动型多功能车成功上市,这是国内首款品味纯正的SUV。

2005年1月,郑州日产实施“双品牌”战略的第一个新车型,东风品牌柴油皮卡成功上市,受到市场和用户好评。

2006年3月,郑州日产多功能商务车ZN6492成功上市。

2007年9月,御轩MPV、奥丁SUV精彩上市。

2010年6月,郑州日产全新CDV产品NV200上市;9月30日,郑州日产月产突破10000台下线仪式在中牟工场总装车间举行。

2011年12月3日,作为东风汽车研发机构的重要组成部分,郑州日产新研发中心在郑奠基。

2013年11月19日,郑州日产“黄金标准大微客”——“金俊风”在郑上市。

2014年2月26日,郑州日产NV200 CVT车型上市。

“引进是简单的,创造是艰难的”。谈到创新,郑州日产汽车有限公司总经理郭振甫深有感触地说:“汽车产业是技术、资本双密集型产业,每款产品的研发周期需要4年,这意味着需要雄厚的资本支撑实力。郑州日产在专业化生产研发、车型选择上,始终走在时代的前列,如皮卡、SUV、CDV等,均考虑到了目标客层的前瞻性需求。”在实践中,除了走技术消化、吸收之路外,该公司还注重通过科研把改进内容融入新产品中,不断提升、满足用户的分层需求。

“双品牌”发展模式创国内先河

回望郑州日产20余年奋进之路,你会发现,其最亮的底色乃是一直坚守的“双品牌”发展模式——即NISSAN品牌和东风品牌并驾齐驱。

凭借合资企业良性发展的这一重要推手,郑州日产建立了研发、制造、销售一体化的运营体系,日产的技术和东风的资源共同激发郑州日产强大的创新求变能力。

早在2000年,郑州日产就开始了“双品牌”发展模式探讨。2005年初,郑州日产在NISSAN车型、技术平台上,借助东风的研发资源优势,率先在国内合资汽车企业中实践“双品牌”发展模式,同年10月,“双品牌”发展模式的第一个新车型

——东风锐骐柴油皮卡成功推出,并一举成为国内中高档皮卡的标杆车型。

成功挺进“百亿企业”之后,郑州日产的目标更加高远:那就是在NISSAN品牌上,立志于成为日产全球LCV重要的研发和生产基地,并且向全球输出产品和零件。在东风品牌上,致力于为在民族自主品牌中保持领先优势提供有力保障。

不仅在发展模式上走在行业前列,在营销方式上,该公司也屡出新招。2004年1月,由PALADIN(帕拉丁)组成的车队首次走出国门,接受世界越野拉力运动中最艰巨的赛事——达喀尔

拉力赛的考验,向世界展示中国汽车制造业水准。这次破冰之旅,开创了国产汽车参加国际大型越野拉力赛先河,为中国汽车工业和中国汽车运动填补了一项空白。连续三届参与达喀尔汽车拉力赛车手选拔及赛车赞助,让该公司汽车品质声名远扬,推动市场销量一路攀升。

目前,该公司产品国内销售密集地区集中在长三角、珠三角地区,在河南市场也表现不俗。除了国内市场,他们还在海外建立营销网络和售后服务体系,其海外市场销量已占总销量的10%,集中在中东、南美洲、东南亚等国家和地区。

推动民族品牌走向世界

今年4月20日,第十三届中国国际汽车展览会在北京中国国际展览中心开幕。郑州日产分别与日产(中国)投资有限公司、东风汽车公司联合参展,在NISSAN展台和东风展台分别展出NISSAN NV200自动挡、帕拉丁十周年纪念版、帅客HR16等车型,吸引观众关注。

会上,该公司总经理郭振甫郑重宣布了未来三年计划:郑州日产

计划面向市场推出五款新车型。包括东风风度品牌的三款城市跨界型SUV、MPV和CDV,以及NISSAN品牌的全新皮卡和全新SUV产品,最终实现从2013年销售11.8万台到2016年20万台的跨越,实现年均超过20%的增长率。到2018年,该公司计划产品销量超过30万台。

“郑州日产新的研发中心已确定选址,预计明年年底建成,未来每年将向市场推出不少于一款东风

风度新车型。”郭振甫还表示,该公司将继续深入融合股东双方在技术、管理、平台、资金等多方优势资源,全心全意将“东风风度”打造成具有国际品牌价值的国际化民族自主品牌。

风起云涌的“汽车时代”正在悄悄改变人们的生活方式,在打造国际化民族自主品牌之路上,郑州日产正在迈向繁花似锦的未来!

战略新兴产业 应届生网上招聘 今日启动9日截止

本报讯 记者昨日从省教育厅获悉,为促进高校毕业生就业,5月5日起,面向应届高校毕业生的战略性新兴产业网上招聘正式启动,集中招聘将于5月9日截止。

此次网上招聘活动紧扣国家新兴产业规划要求,涉及节能环保、新兴信息产业、生物产业、新能源、装备制造、新材料、新能源汽车等国家重点发展产业领域,旨在搭建国家战略性新兴产业中央企业、地方国有企业和高校毕业生之间交流和双选平台。有关大中型企业的招聘信息和高校毕业生的求职信息将在全国大学生就业公共服务立体化平台www.ncss.org.cn上免费发布,供企业和高校毕业生浏览查询。

郑州晚报记者 张竞晔

河南公开选拔 15个民办高校品牌专业

入选可获100万元专项资助

本报讯 记者昨日从省教育厅获悉,河南2014年度民办高校品牌专业建设点启动评选,今年我省拟公开资助15个民办高校优势专业建设,每个入选高校品牌专业建设点将获得100万元专项资助。

申报院校需具有较长的办学时间,规范的办学行为,较强的办学实力,并且应曾获得省教育厅评选的“河南省优秀民办学校”称号。申报专业设置原则上应在5年以上(本科时间可以与专科时间连续计算)。品牌专业建设周期本科为4年,专科为3年,建设期满后,由学校向省教育厅提出书面申请,省教育厅组织专家实地检查验收。

去年全省首批共有13个民办高校品牌专业建设点入选,按照计划,我省将用10年时间建设100个民办高校品牌专业。

郑州晚报记者 张竞晔

2014南开大学 经济学、管理学硕士 郑州班6月开课

开设金融管理、人力资源管理、市场营销管理4大热门专业方向

本报讯 不用放弃工作,又能成为国内一流高校的研究生,无疑是当今很多白领继续深造的不二选择。

南开大学经济学、管理学硕士课程进修班,因性价比高、时间灵活、不影响职业规划,考前重点辅导等特点受到很多人的青睐。

怎么“申硕”呢?据南开大学郑州教学中心谢老师介绍,同等学力申硕没有入学考试,具有本科学历和学士学位,毕业三年(含三年)以上者,通过资格审核,就能免试入学。

无学士学位的,可选择进修。

目前,南开大学郑州教学中心开设的专业均为国家重点学科,金融管理、人力资源管理、市场营销管理4大热门专业方向。

值得一提的是,南开大学作为国家重点的211和985高等学府,全国统一考试大纲编委绝大部分出自南开大学知名教授,历年同等学力申请硕士学位考试通过率也很高。

现面向全省,限额招生30人,每年一期,免试入学,而且报读其中任何一个专业的学生,可以旁听其他专业课程。还没有来得及报名的同学,可以尽快到郑州教学中心办理入学手续,拨打南开大学郑州班唯一指定招生热线:0371-87092288,18937172680。网址:www.nkuemba.org。