

编者按:汽车工业协会数据显示,今年1-9月,乘用车产销同比增长8.41%和6.94%,增长放缓已是不争的事实。微增长时代,类似东风日产这样具备强大全价值链品质实力的车企,不仅将以领先的品质获得更大的竞争优势,而且有望引发整个行业的品质再提升,有利于促进中国汽车工业更快实现从做大到做强的转变。

## 东风日产产品品质领先之道： 解决问题永远快一步

从卫冕雷诺日产全球标杆工厂大奖,到力夺日本能率协会“工厂管理奖”,到逍客、骐达和骊威囊括中国质量协会中国汽车行业用户满意度(CACSI)调查的各细分市场第一,这一系列高含金量的奖项,从各个侧面体现了东风日产强劲的品质竞争力。尤其是,能率协会“工厂管理奖”作为面向全球的品质管控类大奖,以严苛的评判标准和公正的审核程序著称,东风日产能成为全球范围内唯一获奖的汽车企业,更标志着东风日产品质管控已臻全球顶尖水平。

“汽车产业的价值链链条很长,企业的品质管控,不仅关乎产品品质、制造品质,更涵盖研发、服务和售后等一系列层面,东风日产一向重视全价值链品质提升,不仅善于发现问题,分析问题,更在全局上形成一种持续改善的文化氛围,让全价值链优质运营成为一种习惯。”东风日产副总经理任勇表示。

### 善于发现问题,更快更准提升品质

在东风日产,品质是跨职能的责任。不像一些传统制造企业,品质管理部门就闷头管品质,制造部门就闷头搞生产,结果出现问题就互相抬杠。东风日产一开始就根据自身的生产体制等方面的特点,给予员工充分授权,鼓励员工发现问题,每个员工都像个质检员。

在全价值链品质保障上,每个部门都要对自己所属领域负责,始终坚持“不接收不良,不制造不良,不流出不良”的“三不”原则。以生产

制造为例,就有着严苛的品质保障标准,每台车必须经过395道检测工序100%实时检测,重点工序超过300%的高频检测。

而且,为了打通全价值链品质管理,东风日产单独设立了TCS(市场品质管理部),把市场上出现的品质问题统一起来,形成一种通报机制,及时协调供应商、研发、制造、售后等全价值链相关的各个部门进行分析并快速对策,确保品质层层把关,每双眼睛都在找问题。

### 敢于深挖问题,全价值链创标杆

在东风日产,品质管理与其说是“管理”,不如说是“激励”。用东风日产总经理松元史明的话说,“东风日产不会把自己当成简单的汽车装配厂,而是以‘趋零故障’为目标,从商品企划、研发、采购到制造、营销、服务各环节全面发力,不断以更高标准,锤炼全价值链品质,夯实体系竞争力。”

在全价值链创标杆的“激励”下,东风日产多项指标位列雷诺日产全球第一。比如,3MIS(3个月使用不良率)全球标杆水平是2%,而东风日产甚至可做到1.6%;而且,东风日产人均汽车产量接近107辆/人/年,生产效率国内最高;而直行率,即一次性良品率高达98%,在业内同样是最高水平。



东风日产花都工厂卫冕雷诺日产全球标杆工厂。

### 走在问题之前,形成持续改善的品质文化

当发现问题,深挖问题成为习惯的时候,东风日产自身的品质改善能力也在不断提升,信心也会越来越强。东风日产副总经理任勇表示,“改善是一种思想、一种文化,甚至是一种成功的习惯,它不仅告诉我们应该认真地观察和思考,不断地否定现状、寻求更高水平,还让我们养成了敏锐的眼光和思维,立足现地,现物,现实和坚持原则,不断去提升自我,超越自我。”这也成为了所有高管和员工们的共识。

为了让每位员工能不断加

深对企业品质文化的理解,进一步塑造全员追求高品质的氛围,东风日产每年还会围绕品质设立一个文化建设主题。比如,今年主题是“改善文化建设”,从汽车爱好者协会发起的汽车技术培训,到全国汽车装调大赛,再到班长达人秀……围绕着主题,公司上下开展了有一系列加强品质文化的活动。

以不久前的“改善功夫创意大赛”为例,东风日产领导就会带着专项奖励去生产车间,现场听取员工的工作改善成果,只要对工作效率有帮助,哪怕再小的

改善,只要证明有益,都会当场获得领奖励。虽然只是一种小奖励,却激发了员工的积极性和荣誉感。据悉,今年上半年,仅花都工厂就完成改善案例件数达到224项,实现效益479万元。

在任勇看来,正是对品质的尊重,对品质执着如一的追求,让东风日产形成了持续改善的品质文化。在这种文化的熏陶和洗礼下,老员工带新员工,级别高、能力强的则培养更有潜力,能力更强的,形成了“以强带弱,全员乐改善;强者更强,全员精改善”的良性循环。

## 原地长时间热车是误区

### ——谈发动机启动

现在很多朋友还在对于“是否应该长时间原地怠速热车”的问题进行争论,这是没有必要的,是误区。原来笔者楼下一个老司机,之前开马自达,现在开A6L,冬天的时候每天都会看到他的车静静地停在院子里吐着尾气,至少5分钟,长的时候要十几分钟。这是完全没必要的,没有优点,只有弊端。

#### 为什么长时间原地热车没必要?

弊端1:消耗汽油。白白的停在那里烧掉10分钟怠速的汽油,和平时堵车没什么两样。

弊端2:产生积碳。长时间怠速运行发动机燃烧不完全,会产生较多的积碳,如果温度低则会产生更多,所以说长时间原地热车没有有效地保护发动机,反而让

发动机的健康打了折扣。

弊端3:污染空气。因为原地怠速热车时三元催化器是达不到正常工作温度的,这样有害气体不能有效被净化,保护空气,人人有责……

#### 事实是这样的:

只要发动机运转起来,它内部的所有零件就全运动起来了,

机油也从点火的那一刻起就从机油泵泵出,不断在发动机内循环起到冷却和润滑的作用。但是在气温低的时候油液的粘度会很大,需要一个循环时间,这个时间20秒钟左右即可。其他要“热”的部分还有喷油系统和冷却液,不过这也都是在半分钟到一分钟就能循环到位的。即使是在冬天低温环境下,1分钟的原地热车也足够了,1分钟之后都是没必要的。如果打算靠原地怠速让转速和水温都达到标准值,10分钟恐怕都做不到。

唯一正确的热车方式:低速行驶。在原地热车半分钟到1分钟之后,转速稳定下来,就可以挂档上路了,控制好转速不要超过2000转,温柔换挡稳加油,这是最标准最正确的热车方法。节能、环保、积碳少。

#### 结论:

冬天的时候原地热车只需要半分钟到1分钟即可,再长的时间是没有必要的,而其他季节时间可以更短,在低速行驶中慢慢热车是唯一正确的方法。

## 58同城二手车市为商家开辟新战场

随着网络购物环境的日益规范,网购已成为当今许多人的一种生活方式。从过去的书籍、DVD,到手机、家用电器,网购的物品可以说是越来越全,越来越贵重。而对于汽车这样的超大件,人们是否也能够接受网购呢?最近记者就这一话题走访了本市的部分消费者。

在受访者中,有相当一部分人表示,他们愿意尝试网购汽车这一新的渠道,特别是在是选购二手车方面,但首要考虑的是选择那些有信誉,口碑好的网络汽车服务商。记者在采访一位天津普通市民齐先生时了解到,齐先生

本人现在的车就是在58同城上网购的二手车,这款车各个方面性价比不输给其他车,服务好,售后也不错。

记者从58同城方面了解到,作为互联网营销推广工具,58同城的网邻通为二手、租车、汽车维修等产业链内相关商家提供了全面的营销服务。而升级后的网邻通金铺更能够帮助商家快速提升知名度,增加人气,通过店面展示、竞价置顶,优先排序等众多特色功能,能够为商家提供优质的网络平台,更好地为商家留住潜在客户,把握商机。

## 北汽威旺借广州车展亮相新车型

即将开幕的广州车展,北汽自主品牌的北汽威旺打破以往仅靠北汽威旺306单一车型参展的格局。此次车展,北汽威旺不仅携旗下热销车型北汽威旺306、流动售货车、流动警务车、切割车等“百变阵容”登陆国际车展,而且还将借助车展,于11月22日在6.1号馆隆重揭幕其即将改写微车行业大空间新标准的——北汽威旺205及205加长版。

从之前曝光的新车产品参数上来看,长宽高为895mmx1600mmx1878mm的大尺寸与市面上已有的短轴微客已

具有显著的区分,北汽威旺205及205加长版的大空间与高水平配置,不但在空间与配置的标准上进行了全新的改写,必将引领短轴微客细分市场步入“大空间、高配置”的全新时代。标准刷新、配置升级,这对于中国最广大短轴微客的消费者而言无疑是幸福佳音,高品质、高性价比一直是该细分市场消费者购车的核心标准,如果在价格上也足够亲民的话,那么北汽威旺205及205加长版一定会在短轴市场“攻城掠地”,与北汽威旺306一起再续“威旺速度”的传奇。

