

# 8所公办幼儿园公布保教费标准

从本月起执行,其他区县幼儿园收费根据政策自己调整

C04 抢眼



## 空调扇热销

天气炎热,空调扇成为不少市民选择防暑降温的“香饽饽”,23日,张店一超市一小时内卖出了20台。不少市民存在消费误区,空调扇非空调,吹冷风但不制冷且湿度较大,长时间使用易引起关节炎等疾病。

本报记者 王鸿哲 摄影报道

C05 巡城

## 台风“麦德姆” 或将影响淄博

C05 抢眼

## 航班管控 游客改乘高铁

C07 乐游天下

## 暗潮涌动 楼市蓄势待发

C08 小树看房

今日1-4版 C01-C16版 编辑:于雪莲 美编:汪星

# 任勇：坐庄全球的逻辑

从十三年前的“风神速度”，到之后的“东风日产速度”，再到自主品牌的“启辰速度”，任勇，一个连续四任外资总经理都非常敬佩的“职业操盘手”，以独特的人格魅力，敏锐的市场洞察，在风起云涌、大浪淘沙的中国汽车市场，走出了一条跨界整合、坐庄全球快速成长之道。“要做到第一就不能只是继承，只是继承是做不到超越的。”任勇是这么想，也是这么做的。



## 不做跨国子公司

2012年的风波中，东风日产当年销售额较2011年下滑了9.5%，不过，却在2013年收复失地，全年实现销量92.6万辆，同比增长19.8%。

不可否认，合资车企以“市场换技术”的口号点燃了中国汽车产业飞速发展的发动机。全球车企“鼎力巨制”的中国汽车产业当然是“众人拾柴火焰高”，成功超越美国。然而，在将市场“拱手相让”后，我们并没有得到“倾囊相授”的技术。因此，诟病中国汽车一味的模仿，而非创新的声音越来越响亮。

任勇表示，中国发展汽车产业的时候，全球产业分工已经具有了成熟的形态，几大汽车厂商已经搭建好了大规模资金、技术

平台，这些都是中国汽车市场当时无法做到的。客观而言，最有效率的做法就是加入这个平台，得到最好的资源配置。“当然，我们并不会满足于于此。”

任勇认为，汽车产业的增长率应当是GDP增速的1.5倍左右，因此，若对标宏观经济表现来看，中国汽车产业仍将保持两位数的增长，不断庞大的市场势必孕育出中国领航世界汽车产业的机遇。而正是出于这样的想法，2012年3月，启辰汽车正式投产。

## 实现跨越性整合

面向全球市场，任勇有其逻辑，“之所以要推出启辰品牌，是因为我们要有一个由中国市场培育出来的产品；而将蓝鸟推向全球将使美国、日本分摊我的开发费用”。

任勇一直坚信，中国市场的舞台，无论是合资品牌还是自主品牌，谁要出彩就得要有自己的东西。他直言，尽管中国的汽车产业发展迅速，但是仍然新意不足。曾经“十年一贯制”、“一车打天下”的老路是因为没得选，因此不得不选，但随着中国汽车产业规模的壮大，中国势力将凸显。

合资初期，东风日产在这一平台上分享到了规模、技术成果、管理经验。在任勇看来，如今拥有2000多万辆规模的中国汽车市场，单一车型的销量已经可以实现20万-30万辆的成绩，外方对于中国市场的需求正是构建属于自有造车平台的资本，而且从技术

等层面，东风日产已经具备了承担单独开发车型的能力。

“我要用中国的市场来培育一个新的品牌，而不是搭载全球的平台。搭载全球平台那是跟着人家走，开发是协同性的开发，所以不可能实现这种跨越性的整合。”

合资品牌本土化是所有人都在做的一件事。不同的是，启辰是由中方主导的本土化车型。从2012年3月东风日产启辰品牌首款车型投产到第10万辆下线，启辰仅用了一年半时间，这创造了国内汽车新品牌的最快成长速度。

在度过享受全球分工带来好处的时代后，东风日产已经开始打算坐庄全球。

## 在全球分工中 扮演角色

“以前，我们只是在合资公司中扮演参与者的角色，到现在逐渐发展到我来做原型车开发，然后输送到别的市场。”

如任勇所言，东风日产正在转变其在全球化分工中所充当的角色，从加入全球化分工——分享成熟平台成果——以差异化优势占据汽车市场——完善产业价值链转为优化、再造产业链——深化本土车型市场占有率——反哺国际平台——主导全球化分工。

任勇的底气，也正在于东风日产已成为优秀人才的培养基

地。东风日产在成立之初就已清晰定位，要成为真正国际化汽车企业，就必须在产品核心技术开发设计上，形成自己的核心竞争力。

因此，在2011年，日产中国设计中心(NDC)正式成立，这也是日产全球五大设计基地里最年轻的。

这一战略也在今年收获了成果。在4月的北京车展上，蓝鸟概念车的推出，将已退隐江湖的车型重新带回人们的视线，不同以往的是，蓝鸟车的命名将不再是Bluebird，而是源于中文蓝鸟拼音的LANNIA。

据任勇介绍，这是日产中国研发设计团队打造的第一款面向全球的概念车，量产车型将率先在中国市场上市。一旦这一车型走向世界，那就意味着，将有其他

国家来分摊东风日产制车成本。

除此之外，对于青年人才的培养也是东风日产不断关注的领域。2014东风日产“青年日”的活动现场，来自清华大学、中国人民大学等50所重点高校的大学生记者和第二届“最美启辰车设计大赛”的优胜者，共计百人聚首东风日产花都工厂参观、学习。

而谈到时下的热点——足球，特别是启辰汽车“结盟”广州恒大，任勇认为，启辰汽车与广州恒大在精神层面的气质是颇为吻合的。无疑，恒大加冕中超亚冠双冠军，对于东风日产的品牌国际化如虎添翼。与广州恒大成名一样，启辰虽出师告捷，但如何守住胜利果实，实现下一步的自我超越，启辰与东风日产创造了一个不设上限的想象空间。

