

# 全价值链进化 东风日产打造行业“新样本”

站在2020年的起点回首2019年，“砥砺前行”是中国汽车行业的写照。在市场整体增速放缓局面下，车市转入存量竞争，整体格局正被重新书写。

面对2019年车市大盘下滑，东风日产以“尊重市场、尊重客户、尊重合作伙伴”为指引，推动全价值链体系进化，引领行业变革。无论是技术创新和企业经营还是公民使命与社会责任，东风日产始终坚守初心，以领势之姿融合创变打造行业“新样本”，“跨越关山，奋楫前行”，为2019年交上满意答卷。

## 步伐稳健 “年终考”完美收官

面对车市销量整体下滑，东风日产保持稳定增长，这背后体现的是企业和品牌的体系力。顺应时代潮流，东风日产补短增长全面夯实体系实力，助推2019年收获117万辆终端销量，同比增长0.3%，实现逐年突破与超越。

数据显示，2019年12月东风日产终端销量为12.9万辆。其中，作为东风日产主力军，轿车车型继续实力领跑。12月，轩逸组合终端销量为61820辆，同比增长1.5%，全年终端销量高达465715辆，全面领跑家轿市场；第七代天籁终端销量为12280辆，稳居月销万辆俱乐部，全年终端销量为86587辆，继续引领科技旗舰风潮；骐达终端销量为6269辆，同比增长19.1%，全年累计终端销量为75036辆，同比增长22%；蓝鸟终端销量为4138辆，全年累计终端销量为47371辆，同比增长4.5%。

## 客户至上 提供更高价值服务

2019年完美收官的背后，千万客户始终是东风日产制胜的基石。一直以来，东风日产始终将“以客户为中心”理念提升至企业发展新高度，为客户创造更高价值，成为东风日产制胜法宝。

产品方面，东风日产顺应时代变化，推进产品智能焕新，在合适的时间推出合适的产品，全面满足消费者多样化需求。2019年7月，第14代轩逸正式推出，全新车型平台、设计、技术，只为打造一款符合中国消费者需求的新时代高品质家轿。同年10月，2020款天籁正式上市，以 ProPILOT超智驾+VC-TURBO超变擎“超级科技组合，重塑中高端轿车市场新标准，为消费者带来智能化汽车生活和更多惊喜。值得一提的是，“VC-TURBO超变擎”是2019年发动机领域唯一“双十佳”引擎——荣获沃德十佳发动机和“中国心”十佳发动机。

此外，2020款蓝鸟、骐达、劲客、途达也迎来产品焕新升级。

除产品外，领先的服务一直是东风日产赢得消费者的关键。2019年以来，针对政策调整，东风日产预判趋势及时应对，如在国家三包政策基础上发布“品质无忧承诺”，成为行业内首个作出“7天包换”承诺的合资车企，同时针对汽车下乡、减税等政策，推出一系列补贴、金融、置换等举措。此外，2019年起，东风日产将每年6月16日的“厂庆日”升级为面向广大车主人家的“NISSAN FAMILY DAY车主家庭日”，真正将客户当作家人，通过推出一系列感恩客户主题活动给予客户真正福利。

为消费者能够更深入、更具象地体会品牌内涵，东风日产围绕体育、音乐、文化、综艺等方面，开启多元化跨界营销，从各个角度表达独特态度，与消费者一起分享品牌的激情与活力。包括连续三年冠名成都马拉松、第14代轩逸携手M豆在成都-广州-苏州开启“逸起趣旅行”、楼兰致敬#恋爱的犀牛20周年#、全新逍客携手张一山解锁城市等。

不仅轿车表现优异，东风日产SUV车型也多面开花。数据显示，2019年东风日产SUV累计终端销量为475614辆，同比增长4.4%。其中，12月奇骏终端销量为19028辆，全年累计终端销量212629辆；全新逍客终端销量为16941辆，全年累计终端销量182133辆，同比增长9.9%；劲客终端销量为4381辆，全年累计终端销量达45171辆；楼兰终端销量为2423辆，全年累计终端销量23523辆；主打硬派越野市场的途达终端销量为1807辆，同比增长34%，全年累计终端销量12158辆。

在各车型销量全年上扬背景下，东风日产市占率也进一步提升。数据显示，2019年前11个月东风日产开票数市场占有率在合资非豪华阵营中稳步提升至10.9%，实现企业整体步伐稳健向前。



除体验营销与内容营销外，东风日产还一直致力自有IP的构建，包括“楼兰发现美·寻回生活美学”“途达X佳能EOS生活圈不住你”“全新逍客·行摄中国”“奇骏勇闯无人区”“逸行千里·幸福海岸线”等一系列独具格调的品牌IP，突破传统受众圈层，以领潮者的风姿打造粉丝阵营。

东风日产以初心筑造美好，始终为客户提供更高价值的服务。



## 引领先行 全价值链向智能进化

面对中国车市变化，东风日产将“融合创新”镌刻到血脉。2019年，从“合心”“合力”到“合创”“合赢”，从“行动纲领”到“三个尊重”，东风日产保持强大体系韧性及战略定力，领势先行、向阳而生，东风日产推动全价值链体系向智能进化，引领行业变革。

近年来，汽车“新五化”正催生“马路上的革命”，东风日产积极拥抱变化，以日产智行（NISSAN Intelligent Mobility）为核心，不断朝智能化、电动化、网联化、共享化、轻量化前进。如果说2018年是“日产智行2022导入计划”行动元年，2019年则是加速其全面落地的一年。其中，作为日产智行核心技术之一的ProPILOT超智驾，在第七代天籁、全新奇骏主力车型上搭载，推动汽车智能化进程，让更多消费者享受到智能化的用车体验。

在导入前沿科技的同时，东风日产坚持自主研发。2019年，东风日产打造中国主流合资车企首个拥有自主知识产权的车联系统，并已搭载至东风日产及东风启辰核心车型上。目前，东风日产以行业最快速度实现用户142万，互联网开通率达87.5%，月活维持在90%高位。此外，2019年10月，东风日产正式成立新技术研究院（深圳），与位于广州花都的东风日产技术中心总部一同作为未来自主创新技术的孵化器与持续增长的新引擎，进一步夯实东风日产在智能化、电动化、网联化领域的技术领先优势，推动全产业链的创新与升级。

除了技术和产品，无论行业如何变换，完善渠道建设，依然是让消费者真正感受品牌向智能进化内涵的重要触点。截至2019年底，东风日产全国专营店数量达820家，覆盖812座城市，新能源展厅网点241家，为消费者带来更便利的服务。为了让消费者更好体验“日产智行”带来的智能汽车生活，东风日产全面打造场景化、体验化、智能化的线下体验空间。2019年5月，上海日产智行体验馆正式开馆，至此东风日产初步形成以北京、上海、广州地区为核心的日产智行线下体验布局；2019年广州车展，东风日产发布“日产智行城市”，提前勾勒明日生活。



## 尽职尽责 推动社会美好生活实现

在打造“技术日产”的同时，东风日产始终坚持“共创价值、共谋福祉”企业使命，积极履行企业社会责任，传递东风日产品牌温度，用自身力量推动社会更好前行。

2019年，恰逢东风日产实践企业公民战略十周年，在安全、环保、教育等公益事业上，东风日产不断前行。在教育上，2019年东风日产将目光投向乡村儿童阅读推广，携手中国社会福利基金会、南方周末正式启动“阳光关爱·i读计划”，从11-12

月，覆盖甘肃、贵州、广西、陕西4省4所乡村小学。目前，“阳光关爱”项目活动已持续11年走进乡村，累计为近85万师生带去精神与物质上的扶助。此外，由东风日产联合凤凰网推出的“寻找未知的自己”第五季，聚焦初心，启发青年一代关注初心与梦想，助力青年群体探寻未知。

深耕不辍公益路受到权威媒体、机关协会的广泛认可。2019年12月，东风日产获评新华网“2019社会责任公益慈善奖”和人民网“社会责任年度案例奖”两项企业社会责任大奖。

数据、销量、成绩，对于东风日产来说固然重要，但是深层次更有价值的是东风日产的价值观和经营哲学。一直以来，东风日产始终关注消费者满意度、经销商满意度作为工作的出发点和归宿。通过不断夯实全价值链体系实力，始终保持厂家、消费者、经销商、供应商之间的平等，达到和谐可持续发展。在充满多种可能性的时代，东风日产不忘初心，回归客户，以实干笃定前行。

