

高端访谈

# 东风日产市场销售总部专职副总部长叶磊接受快报独家专访： 和启辰一起拥抱环保的春天



快报：现在世界杯正在如火如荼地进行中，请问你是足球迷吗？

叶磊：我是个伪球迷，但即使是伪球迷，也不能阻挡我们对新鲜事物的关注。现在足球确实很热，而车和足球又有天然的联系，足球已经不仅仅是球了，而是一种文化、一个热点，做汽车一定要把握热点，从这个意义上来说，汽车和足球实际上是一体的。

快报：上半年启辰销量如何？完成计划的情况怎么样？

叶磊：从目前情况看，启辰的增速约为35%，已经两倍于行业的增速，这与我们的预期是一致的，这与品牌知名度不断提高有关。另外，随着用户的增多，通过口碑效应又会更加推动销量的增长。

快报：现在SUV市场非常火爆，请问启辰有什么规划？

叶磊：启辰一开始的定位就是一个主流品牌，所以产品线一定要不断地丰富完善。我们用D50、R50切入7万—10万的价格区间，又推出了5万元以内的R30，在今年年底消费者就会看到我们在SUV市场的一些努力，这个谜底揭开的时间不会太久的。



叶磊对纯电动车的发展前景充满信心  
施向辉 摄

“5万元买不到好车？我打个赌，亲自试驾过启辰的人绝不会这么说。”接受记者采访时，东风日产市场销售总部专职副总部长叶磊甩出这么一句话。

日前，启辰R30在电影《致青春》的拍摄地——南京大学举办了一场别致的试驾活动，也就此启动了该车的全国预售。新车预售价格从4.28万元起，共计4款车型将于7月份正式上市发售。这预示着东风日产成为第一个进军5万元入门级车市场的合资企业。在一个毕业季，启辰R30“开学”了。有人把这款“5万元家轿”与13年前赛欧第一次把中国家轿价格带到10万元区间相提并论，称其是汽车市场又一个里程碑，那么启辰R30的推出对东风日产的整体战略会有什么影响？启辰R30是否会刷新该细分市场的品质标准？且听叶磊娓娓道来。

现代快报记者 徐悦 倪泳

## 一年工资买辆车

在D50、R50和R50X推出之后，很多人猜测启辰的第四款车会是SUV，现在竟然是一款小型车，让人大跌眼镜；另一个合资自主品牌宝骏把车越造越大，启辰却越造越小，这是为什么？

叶磊说：“为什么先推R30？国家最新公布的全国职工平均工资是45600元，R30的价格正好是一个人一年的工资，一般家庭都能承受得起。另外，以我自己的体会来说，平时开一辆SUV，车里基本上只有我一个人，油耗不低，而且有时候找不到合适的停车位，所以如果有一款比较小巧、好开，而且没有太多负担的车，那我一定愿意去用。A0级车在中国有着很大的市场。”

中国汽车市场经过20年的发展，消费者已经有了一个比较成熟的用车观，不再单纯以排量、尺寸来论档次，而是更关注它的实用价值。“启辰绝不会一直往下走，而是会不断地去完善产品线，未来产品会向上、向下

延伸。

启辰R30的预售价格从4.28万元起，按照一般惯例，实际售价还会更低一些。这么低的价格会不会陷入眼下车市低价等于低质的怪圈。

叶磊介绍说，启辰R30和启辰D50、R50与奇骏、逍客共线生产，值得一提的是，这款车将搭载日产HR系列1.2L发动机。搭载该发动机的车型遍布全球130多个国家，有动力大、省油、可靠等优点，品质有绝对的保证。

为什么启辰能把“品质做到天花板，价格做到地板”？叶磊认为，除了和日产品牌共线生产外，全价值链体系的成功构建，是启辰能够做到低价格的根本原因。而启辰品牌还带动了本土国产零配件设计创新以及品质的提升。未来，随着启辰走向国际化，启辰的供应链也将逐步进入全球竞争。

## 五菱宏光 S 领跑 7 座家用车市场

今年1-5月，五菱宏光全系热销32.05万辆，同比攀升70.1%，仅江苏区域1-5月累计销量达到15269辆。在江苏同级别市场中，五菱宏光全系保有量超过38%，远远领先于其他车型。

“五菱宏光车型，在我们这儿用户需求量很大，市场认可度也高，口碑很好。车不够卖，我们每个月进的车，基本到不了月底就都卖光了，后面的消费者只能提前预订。”一家五菱经销商销售经理告诉笔者。

### 五菱宏光 S 家庭新首选

五菱宏光 S 的热卖是对其产品力的最大肯定。五菱宏光 S 轴距长达2720mm，加上4400mm的车身长度，1770mm的车身高度，共同成就了五菱宏光 S 宽敞舒适的内部空间。7人的驾乘空间，轻松满足全家人的出行，尤其是第二和第三排，头部和腿部空间都很充裕，成年人乘坐也没有任何的局促感，长途长时间乘坐也不易感觉疲劳；330升超大行李空间，全车有效储物空间达22处以上，方便携带出游各种物件。

“五菱宏光 S 空间宽敞，7个座椅布局灵活，配置也不错，外观还挺漂亮。周末我们全家人一起出去走走亲戚串门，平时又能坐人还能多装东西，非常方便。而且我们家人多，非常适合我们这种七口之家用车需求。”一位正在提车的宏光 S 车主如是说。

### 宜家宜商 配置全面升级

五菱宏光 S 上市后，不仅延续了五菱车一贯



的皮实耐用品质，而且外观大气漂亮，内饰上也档次，与十来万的家轿不相上下。在走访的过程中，笔者也亲身体验了一下五菱宏光 S，发现这款车的确有“过人之处”。坐进车内，宽大舒适的空间、豪华抢眼的7英寸大屏、温馨质感的内饰设计以及各种丰富人性化的配置，都能给驾乘者留下深刻的印象。除此之外，笔者还了解到，诸如7英寸DVD触控屏、6个高保真喇叭、倒车雷达影像、折叠式遥控钥匙、行车自动落锁，这些出现在十万元价格区间的轿车配置，在五菱宏光 S 身上也可以找到。由此可见，五菱宏光 S 凭借时尚外观、丰富配置及超大空间等特性，形成了大大超出竞品车型的性价比优势。

### 实力之作 自然观者如潮

数据显示，今年第一季度，五菱宏光全系以超过21万的销量，仅次于卡罗拉、福克斯和高尔夫，位居全球销量排行榜第四位，它也成了率先上榜的中国车型。在国内市场中，五菱宏光连续10个月取得乘用车单一车型销量冠军，今年1月份单月销量更是冲破8.1万辆，跃居全球单一车型单一市场销量冠军。有理由相信，随着中国城镇化的不断发展、“二胎”等政策的推行，五菱宏光车系的销量仍将不断创造新高。

## 造小是为了做大

由于越来越多的A级车通过大幅优惠已经把价格下探到了很低的区间，很多厂家纷纷收缩A0级产品线，启辰为何逆势而动推出R30？

叶磊说：“在中国应该有人入门级的市场，这应该成为启辰的主力市场。A0级市场之所以出现萎缩，是因为没有一款产品能满足消费者，消费者不得不加一两万块钱去买更高级别的车。因此我们最关心的是启辰R30能不能让消费者购买时负担小一些，我们的原则是给消费者足够的装备，而不是过多的装备，也就是要给消费者更加适用的车型。”

乘联会数据显示，今年1-4月，A0级狭义乘用车的批发销售累计增幅达到近20%，

但总体容量仍然有限，因此这个市场有人觉得如同鸡肋，但对于有眼光的车企来说，有着深层的意义。在叶磊眼中，作为入门车型，A0级车在培养基础客户群上可以发挥非常重要的作用。“对于东风日产来说，启辰R30的目标人群是第一辆车的用户，要让启辰成为首次购车者的首个选择，在相同的价格之下，启辰能提供更大的空间、更好的品质、更低的油耗和更好的服务。而这些消费者也是由启辰、NISSAN和英菲尼迪组成的品牌矩阵的潜在用户，当他们升级换代时，自然会优先选择东风日产的品牌，这也是启辰选择抢占A0级市场的一个重要原因。一句话，造小车是为了占领更大的市场。”

## 要做熊市里的牛股

自主品牌市场份额连续9个月下降，打破历史纪录。叶磊认为，从现象上看，整个自主品牌的占有率确实在下降，但仍有一些企业在高速增长，就如同股市当中，虽然大盘下跌，但仍有个别绩优股在逆市上涨。“一些自主品牌坚持走专业化的道路，在热点车型上取得绝对的优势；还有的自主品牌在技术研发上不断追求，开发出许多明星车型，结出了丰硕的成果。反观一些传统的自主品牌，始终没有摆脱模仿的阴影，自有技术发展不够充分，当然要走下坡路。这也提醒了

所有的自主品牌，一定要坚持开发对消费者有附加价值的产品，才能够持续发展。”

叶磊认为，启辰不同于以往多数自主品牌完全走“逆向开发”模式，而是通过新的品牌重塑价值链，将改造工作渗透于市场研发、供应链等多个环节。如果拉一条时间轴来看，就会发现随着启辰D50、R50、R30以及下半年SUV产品的不断推出，启辰品牌的定位会逐渐清晰。其产品线也将和日产品牌一样，向上、向下进行拓展，并逐渐形成自己独特的家族风格。

## 新能源车的终点是电动车

“我们国家对石油的依赖程度已达到80%，那么在传统能源上无论怎样去改善，也只能是缓解对传统能源的依赖程度而已，无法从根本上解决问题。”叶磊说：“今年9月份，启辰品牌首款电动车晨风将亮相，启辰晨风与日产聆风技术同源，拥有长续航里程、充电便捷、强劲动力、高安全性等突出优点。”他认为，从能源使用效率来说，纯电动车最高，据测算，启辰晨风电池包的能量密度是24千瓦时，相当于2.7升汽油，可以跑175公里，等于1.5—1.8升汽油跑100公里。

这说明纯电动车的效能远高于传统能源车，纯电动车才是新能源车发展的终点。

叶磊说：“我们希望通过晨风的导入，使电动车普及。2014年至2015年，要形成1万辆的年产能能力，全部面向私人消费者，希望在解决人们出行问题的同时，也为改善环境做些努力。到2020年，我们要在纯电动车领域占据20%的市场份额。”

“我希望所有的车主都能和启辰一起，共同拥抱环保的春天。”结束采访之际，叶磊把这句话送给现代快报的读者。