

东风日产：“人财战略”驱动优质成长

继 2011 年斩获人力资源含金量最高奖项——“卓越雇主——中国最适宜工作的公司”称号之后，近日，东风日产再次斩获“2012 中国最佳人力资源典范企业”，同时获得“2012 最佳工作与生活平衡策略典范”单项奖及“广东省最佳雇主”荣誉称号。这一系列高品质的奖项，是业界对东风日产人力资源管理的高度肯定。

据悉，为应对行业、企业高速发展的人才需求，早在 2010 年，东风日产就提出“人财战略”，希望通过不断提升人力资源竞争力和营造良好的人力资源生态环境，打造出高效的人财团队，驱动其事业的优质成长。

因材施教， 将最合适的人放在最合适的位置

数据显示，中国汽车产业技术人员年需求 2015 年将突破 500 万大关，到 2020 年将达 776 万。而东风日产包括供应商、经销商在内的全价值链人才缺口将超过 50,000 人。“巨大的人才缺口对东风日产人才资源体系提出更高要求，加大人才的规划部署势在必行。如何在茫茫人海中，找到最合适的人，放到最合适的位置，是人力资源工作的重点。”作为“人财战略”课题的首任 leader，东风日产党委书记周先鹏把“因材施教”放到了重要位置。

明显，应对人才缺口，在人海战术

广纳人才和高度的人岗匹配间，东风日产选择了后者。通过因材施教，极大提高人员效率、以人才质量的增长来驱动企业发展，最终保持了业绩增长与人才效率的平衡。这与东风日产一贯坚持的“像小企业般追求速度和效率”一脉相承。

目前，东风日产仍不断深化因材施教的人力资源理念。校企合作、领先校园计划，不仅帮助学生提前完成从校园人才到企业精英的转变，还提前“锁定”优秀“潜力股”，为企业高速发展储备良才。现在，每年有近 30 名重点高校大学生加入实习生行列。

此外，外部招聘，大大缩短人才培养周期，锁定高品质人才；内部招聘，高度整合内部人才资源，打通企业内部人才流动，不仅盘活企业人才竞争力，更提升人才循环发展能力。

“任人之道，因材而授职，譬如良工之于木，大小曲直，各当其用，则无弃材”，东风日产因职觅才，因材施教，在正确的岗位上找到正确的人，为挑战行业前三奠定了坚实基础。

才尽其用， 以人才增值驱动企业增值

“因材施教”之外，是“人尽其才、才尽其用”，通过人才的增值，实现企业的增值，这是东风日产人力资源管理的又一核心。

“通过明确企业发展的需求，并基于需求，做好人才培养和测评工作，东风日产为人才增值的同时，也建立完善的人才梯队，强化企业长远的人才竞争力。”东风日产经营管理总部副部长李军表示。

“东风日产有着清晰的成长和晋升机制，在这套机制中，每个人都有看得见的未来。”李军表示。而每个员工看得到的未来，也正是东风日产的未来。

目前，市场调研专家陈涛与车型企划专家叶穗飞正以派驻干部的身份在日产总部任职。这是东风日产的员工首次被雷诺日产返聘，也说明东风日产员工的职业水准已达到国际水平；而花都工厂就有二十多个被雷诺日产认证的“大师”（master trainer）；现在主担大连工厂建设的萧剑斌，也是从最初的技术人员，快速成长为顶级的产能建设专家。

人才，正是在不断增值中，成为“人财”，为企业不断创造财富，从而驱动企业的优质成长。据悉，东风日产的人均销售收入与全员劳动生产率等指标均领先于全行业。

“我们在充分发挥员工潜能，帮助员工实现自我价值的同时，也推动东风日产事业发展。这也是东风日产持续成功的根基所在。”任勇表示。

留住人才， 东风日产人的向心力

“小企业管理靠老板，大企业管理靠制度，优秀企业管理靠文化。”这是“人财战略”首席“设计师”周先鹏的理解，也企业留住人才的关键所在，“在东风日产，每个员工不仅能够感受家般的温暖，还真正能做事、做好事，感受工作带来的快乐和自我实现的满足。”

东风日产还是全行业第一家全面导入“EAP 快乐心灵计划”的企业，将对员工的关爱从物质层面转向精神层面，帮助员工提升心理弹性和抗压能力。

事实上，东风日产处处都是家的温暖：上到具竞争力的薪酬福利，各项公平公正的保障制度，良好的工作环境、生活品质，关心互助的团队集体；下到“人人平等、根据需求自行挑选体检套餐”的体检方式、保证员工班车有座位、小饭堂平等开放给每位员工等细节……

这些点点滴滴累积起来，让公司与员工之间、员工与员工之间建立了一种心灵契约——企业关爱员工，为员工搭建公正、公平的职业化平台，员工无私回报企业，形成良性的人力资源生态循环。这也是东风日产的人力资源管理理念——“关爱、公平、专注、合力”。

更为重要的，东风日产很重视员工的参与感、信赖感和归属感。在东风日产，通过高管论坛，让高管参与到公司的重要决策；而且还建立最高管理层与员工间的定期沟通机制，让员工的想法得以顺畅表达等。

“员工是公司最宝贵的财富，是企业的同路人，更是我们事业成功的基石。我们在努力创造一种做事文化、快乐文化，不仅为员工构筑愉快的工作氛围、搭建广阔的事业舞台，还一直致力于公正、公平的管理机制和发展机会，让每一个员工在事业中成就自我，不断释放能量、智慧和自信。”任勇强调。

“因材施教、才尽其用、留住人才”，东风日产打造了人力资源管理的一个良性循环，不仅为挑战行业前三的目标奠定坚实的人才基础，也为行业人力资源管理提供了可借鉴的样本。我们有理由相信，随着“人财战略”的深入开展，东风日产这家曾屡创行业奇迹的车企，将会为这个行业带来更多更大的惊喜。

混合动力时尚化 INSIGHT 争当领头羊

节能环保并不是近一两年才被热议的话题，早在很多年前人们就意识到了节能环保的重要性，因此越来越多的环保元素被当成时尚出现在我们的生活中，就连一向以奢靡著称的 LV、Giorgio Armani 等国际大牌也争先恐后地推出时尚环保购物袋。而作为能源高消耗和有害气体大量排放的主要交通工具，汽车也开始向时尚环保转型。

当我们看到越来越多的消费者开始选择更节能环保的混合动力车，甚至将拥有一辆混合动力车作为个人生活品味的象征，或许全民环保已不再只停留在“喊口号”阶段。据统计，目前全球混合动力车销量已突破 500 万辆，在美国、日本等地区甚至比传统汽车卖得还要好，其中 Honda 所推出的 INSIGHT 就是代表车型之一。

INSIGHT 晋身“混动界”的时尚新星

对于大多数人来说，如果没有看到 INSIGHT 尾部的 Hybrid 蓝色标识，或许不会觉得它是一款单纯的混合动力车，因为它比其他混合动力车看起来更加时尚动感。

从 INSIGHT 的外形来看，基于空气动力学的流线型车身、掀背式的车尾以及斜三角的后尾灯，确实为这款主打节能的混合动力车增添了不少时尚感。尤其是充当后尾扰流板的高位刹车灯，它与两侧尾灯连成一片，使整个车尾看起来非常有冲击力，在黑夜中表现得尤为抢眼。

进入驾驶舱内，你会发现那种传统轿车



的内饰风格在 INSIGHT 身上几乎找不到。整个设计几乎以驾驶者为中心，富有层次的中控台错落有致，数字化多层次仪表盘让你轻松阅读各类驾驶信息，全黑的内饰更是在一众混合动力车中独具风格。

INSIGHT 倡导一种时尚生活方式

随着中国汽车市场的逐渐成熟，混合动力也越来越得到消费者的认可。在国家《节能与新能源汽车发展规划》发布之后，由新华信与腾讯汽车所做的一项调查显示，超过七成的被访者有意愿购买混合动力等环保车型。业内专家认为：“混合动力

汽车被越来越多的消费者考虑在购买范围内，除了混合动力使用成本低、更环保节能之外，时尚个性也开始成为消费者购买的原因之一。”

对一直坚持发展环保事业的东风 Honda 来说，此次导入 INSIGHT 不仅带来一款环保节能的混合动力车，而且带来了一种全新的时尚生活方式。正如一位刚刚购买了 INSIGHT 的车主所说，“选择节能环保的混合动力车，不仅是一种社会责任感的体现，而且是一种时尚。”

从 INSIGHT 车主的话我们不难看出，在全球环保浪潮的大背景下，时尚的定义正在发生变化，开始从注重自身感受、个人价

值、实现身份象征，向将个人兴趣、爱好与社会责任完美结合的方向转移，这就是 INSIGHT 想要传达的生活态度，也是东风 Honda 作为具有社会责任感的企业所要传达的企业理念。

成立以来，东风 Honda 以“成为社会期待其存在的企业”为愿景，将环保公益事业作为企业必须要做的事，同时号召全国车主共同参与环保公益事业。据了解，从 2008 年开始，东风 Honda 开始组织全国车主投身多项环保活动，如内蒙古兴和县大规模植树、三亚清洁海滩、香港维多利亚港湾清洁、西双版纳种植亚洲象食物树等，让更多的车主了解到环保是一场全民活动，更是一种别样的时尚生活方式。

目前市面上的混合动力车型大都只注重节能环保，因此，强调时尚节能的 INSIGHT 一经上市就赚足了眼球，短短数月时间便成了汽车行业环保时尚化的典型代表。未来，当环保潮流席卷全球，将会有越来越多的行业加入到环保队伍中来，届时，以环保为元素的时尚将会无处不在。

