精英对决 巅峰挑战

东风日产《老板是怎样炼成的》正式开播

8月14日，东风日产《老板是怎样炼成的》在天津卫视频道正式开播。《老板是怎样炼成的》作为《非你莫属》的特别版，以一种特殊的合作方式打造栏目、东风日产以及社会精英的多方共赢平台。随着节目的开播，这一梦想舞台也即将拉开序幕。

《老板是怎样炼成的》正式播出时间为：8月14日起，天津卫视频道每周二晚22:00-23:00。

群英汇聚 重重考验对决巅峰

《老板是怎样炼成的》将网罗社会精英，通过13期的强大“职场面试”、“行业挑战”以及最后的“巅峰对决”三大环节层层选拔，最终获胜者将成为一家投资近500万元的东风日产“精英店”老板。

《老板是怎样炼成的》节目将利用最专业的电视表现手段，同时根据观众的收看喜好增加娱乐、真实性，通过节目让观众了解汽车专业知识，提高社会影响，引起社会各界关注，吸引跟多的业内外人士加入这一人才的选拔平台。

选手只要年满18周岁，拥有创业梦想，即可报名参加。节目还会集结不同行业具有代表性公司老板担任评审，对出场选手的现场表现及个人能力进行评价，决定他是否能够成为东风日产“精英创富战略”所需要的“创富精英”。

选拔晋级选手以组队合作形式进行比赛，“街头生存”、“企业实习”等具有挑战性及专业性的环节，让挑战者进行一系列真实工作的实习体验。各企业核心高管观察、考验选手能力，同时就企业管理、制度、价值观等多方面进行讨论，以最为全面和公平的评测标准，决定其能否留在舞台上继续最终挑战！

东风日产《老板是怎样炼成的》最后一期将以特别节目展开，晋级选手将进行最终的巅峰对决。通过重重考验，最终获胜者，将成为一家投资近500万元的东风日产“精英店”老板。

天使投资 渠道下沉再提速

基于对未来市场、渠道建设、网络布局、乃至人才战略的深度思考，东风日产创新性的推出了“精英创富战略”。精英创富战略，是东风日产面向全社会、全行业招募创富精英人才的全新渠道开拓模式。在精英创富战略中，东风日产将作为天使投资人，帮助创富精英实现创业的梦想。具体而言，是指东风日产将与创富精英合作，开设一家拥有正式品牌授权的东风日产“精英店”，使其成为东风日产旗下全系产品的汽车经销商，让精英创富的梦想与现实更为接近。

不仅如此，“精英店”所有的经营利润将在“精英店”的公司账面积累，当“精英店”利润累积到一定的额度，创富精英就可以使用“精英店”的盈利所得回购东风日产在“精英店”中所占的部分股权，从而实现对“精英店”的控股，真正成为“精英店”的老板。

在创富精英实现股权回购后，东风日产仍将在“精英店”中保留少量的股份，与创富精英继续保持战略合作的关系，并持续为“精英店”提供运营支持和保障，从而提高“精英店”的抗风险能力，确保“精英店”实现长期、稳定的发展。

据介绍，东风日产“精英店”多选择在市场潜力大的区域，具有NISSAN品牌和启辰品牌车型销售以及综合维修的全维度功能，运作模式与现有4S店基本一致。东风日产市场销售总部副总部长杨嵩认为，精英创富战略是对行业渠道开拓模式的大胆创新，通过全新的“精英店”模式，将实现精英人才、企业、区域市场多方共赢的良性局面，更将进一步带动行业加速向区域市场的下沉，具有非常好的示范作用。

东风日产精英创富战略以创新性的渠道开拓模式加快向三四线“蓝海”市场掘金步伐，推动东风日产品牌与产品的渠道下沉，提速年产销百万的梦想。同时，此战略的实施，也将为精英人才提供分享、共赢的平台，是汽车营销模式在渠道

下沉方式上的突破与尝试，给其它汽车企业拓展三四线市场提供了解决范本。

东风日产精英创富战略的推出，为解决区域市场的人才问题和销售、服务问题提供了新的思路。“精英店”的全新模式，在发展三四线城市网点的同时，更能吸引人才向三四线城市回流，有望真正盘活市场。

对于精英创富战略的推出，东风日产乘用车公司副总经理任勇表示：“借助‘精英创富战略’，我们希望能够吸纳、扶持社会精英人才共同发展和开拓具有深厚潜力的‘蓝海市场’，以‘领先半步’的策略占据市场高点和先机。”

强强联手 开启创富之门

为了广泛招募社会精英人才，让更多人才能够有机会加入精英创富战略中来，东风日产还联合天津卫视，推出了季播大型创业选拔真人秀栏目——《老板是怎样炼成的》，为拥有创业能力与梦想的社会精英开启了创富梦想的大门。

在职场类栏目方面，天津卫视一直凭借《非你莫属》位列行业翘楚。而作为《非你莫属》的特别版，《老板是怎样炼成的》由《非你莫属》原班人马精心打造，从普通求职者越级为创业老板，再一次实现了天津卫视在职场栏目的自我超越。

自6月3日起，通过网络报名平台提交个人简历及个人创业梦想，即可成功报名。在选手提交的资料经过审核后，东风日产及天津卫视评委将奔赴北京、上海、成都、广州、郑州五地进行集中面试。

《老板是怎样炼成的》栏目在8月14日与全国数以亿计的观众见面，并在近三个月的时间里，全景呈现精英人才的生存状态，探寻每个普通人心中的“创业梦想”。

本次与天津卫视的强强联手，是东风日产继“百万年薪”招募营销总监之后，又一次创新的全国大型职场赛事。东风日产将通过本次大赛，广泛招募社会精英人才，为有创业梦想却苦于没有机遇的社会精英，以及在企业发展中遇到瓶颈的职场精英，提供一个施展才能的广阔舞台。

“东风日产推出精英创富战略，是基于人才战略考虑的，三四线城市的开发需要大量人才去管理。东风日产希望将企业打造成最据吸引力的精英平台，给业内外精英提供职业发展捷径，携手精英，实现共同创富的理想。”杨嵩说道。

在近几年不断发展壮大的过程中，东风日产已经成为汽车行业的标杆型企业。三地四厂的生产基地、完善的产品布局、近20%的年销量增长率……经过9年时间，东风日产已迅速成长为中国汽车企业的第一梯队成员。在汽车人眼中，东风日产已经成为了一种现象。

纵观如今的汽车行业，企业间竞争激烈，一线城市的市场相对饱和，各个厂商也在望向三四线城市的肥沃市场。但是，缺乏人才管理成为各个企业面临的共同问题。东风日产率先向这一困难发起挑战，可见面对新一轮的市场竞争，东风日产已经做好了充分的准备。

进入2012年，以“创新”为驱动力，凭借“东风日产速度”，东风日产在产品、营销、渠道等方面的推进力度令人瞩目。“精英创富战略只是我们深度拓展三四线市场的尝试之一，未来我们还有一系列措施强化我们在三四线市场的竞争力，赢取在‘蓝海市场’、在未来十年竞争中的主动权。”任勇表示。

作为行业领军企业，东风日产开创行业先河，面向全社会精英推出精英创富战略，以创新性的渠道开拓模式，加快向三四线“蓝海”市场掘金步伐，推动品牌与产品的渠道下沉。 东风日产通过电视媒体力量，将企业、人才、区域市场资源进行整合，实现共赢的全新模式，为行业加速下沉提供了新的解决思路。精英创富战略将带动更多的社会精英人才投身三四线汽车市场，打开三四线城市之门。