

成功举办36届,已成为齐鲁车市的风向标

齐鲁车展用大数据精准营销

本报记者 戚淑军

伴随着齐鲁晚报的茁壮成长,齐鲁车展的车轮也转过19个春秋,成功举办了36届。从无到有,从小到大,从“地摊式”到“国际化”,齐鲁车展已成为齐鲁车市的风向标,在中国汽车市场开辟了一席之地。

“摸着石头过河”,开创齐鲁车坛新纪元

上世纪90年代末,首届齐鲁车展“摸着石头过河”,是当时的一大新鲜事。展会举办地点是在山东省体育中心的外围场地,参展商为上海大众、一汽夏利等十余家。尽管简陋,但这却是山东省第一次真正意义上的汽车展会,开创了齐鲁车展的新纪元。本次车展展车155台,从此在业内打响了“山东车展能卖车”的口碑。

之后的几届车展延续在山东省体育中心露天举行,各参展商的行头最多就是一块红地毯加一块背景板,奥迪、别克挨着昌河、松花江,高档进口车前边堵着皮卡车,卖车的手拿资料站在展位前猛吆喝,买车的像挑大白菜一样讨价还价,当时的车展被戏称为“地摊式”车展。

然而,就在这样的情形下,消费者却热情高涨,随着一辆辆新车从场地中开出,车展的售车量屡创新高,到齐鲁车展买车,逐渐成为山东广大消费者的一种习惯。

“登堂入室”,齐鲁车展尽显国际范儿

2001年4月底,在第三届齐鲁车展上,“10万元家轿概念”的上海通用“小别克”赛欧姗姗登场,成为当时震动山东车坛的大事。从这一年开始,齐鲁车展发展为一年两届,逢春秋两季举行并一直延续至今。

随着舜耕国际会展中心落成,2002年11月,



2017年4月齐鲁车展现场。 本报记者 周青先 摄

第六届齐鲁车展移师舜耕会展中心,展会规格和档次大幅提升,展馆硬件设施和展台布置开始媲美全国性的大型车展,开启了齐鲁车展的新时代。2010年秋季开始,车展启用济南舜耕国际会展中心和高新会展中心“双馆齐下”模式。

当今的齐鲁车展,处处透着“国际范儿”,就拿2017年9月举行的36届齐鲁车展来说,观众达到28万人次,室内主展馆完全成为品牌厂家的天下,国内主流的合资车企与自主车企悉数到场,厂家活动、新车上市越来越多,现场活动目不暇接,与北京、上海等国际车展如出一辙。

逆势奋起,打造大数据精准车展模式

2016年,受全国汽车销量停滞大环境影响,齐

鲁车展也感到了阵阵寒意。2017年,齐鲁车展逆境中奋起,推出多元化招商、立体式推广、融媒体传播三项尝试与突破,取得了良好效果。

打造全新的大数据精准车展模式。2017年开始,齐鲁车展引入全新车展运营模式,先后启动夏季车展、国庆节SUV驾控汇、“双11”汽车电商节,学习借鉴国内目前最新的团购型车展运营模式。全新的大数据车展无论是互联网大数据的运用和转化、精准购车人群的筛选和邀约、专业人士驻店培训以及展会现场的促销套路和激励模式,让齐鲁车展在传统经营思维之外打开了一扇全新的大门。

掌控济南车市基础上布局济南周边城市。2017年开始,齐鲁车展实施走出去战略,先后在聊城、菏泽、淄博等城市启动齐鲁车展分会场,取得了良好的效果,全国唯一一个可以覆盖区域都市圈的车展集群正在形成。

齐鲁制药祝贺 齐鲁晚报 创刊30周年

传承精彩 相约未来

齐鲁制药
QILU PHARMACEUTICAL

心怀天下制良药 商行宇内惠民生

齐鲁制药波士顿创新中心正式成立

2017年5月19日,在中美两国医药界、商界和政界百余位知名人士的见证下,齐鲁制药波士顿创新中心(QBIC)隆重揭牌成立,现场遍是鲜花和掌声。

这是中国制药企业在这座世界生命科学之城建立的第一家创新中心,更是齐鲁制药近20年国际化战略中具有里程碑意义的一步。通过聚合世界顶尖医药科研资源,进入国际创新药物研发最前沿,齐鲁制药将逐步完成向世界医药产业价值链顶端跃升。

齐鲁制药秉承“大医精诚,家国天下”“有国有厂才有我们幸福的家”的文化价值理念,36年来,与爱为伴,与责任同行,以为人类健康保驾护航为己任,通过科技并依靠科技的光芒,持续照亮人类健康的前行之路,并将以更加坚实的脚步,继续在国际医药舞台上华丽绽放!

走出去,世界就在眼前。

