

坚持“信息为王”，贯彻长期主义 与齐鲁车展共进化



温雷
山东富豪集团总经理

在当今科技日新月异的年代，汽车行业作为传统制造业的代表，正以前所未有的姿态拥抱变革与创新。山东富豪集团总经理温雷的经历，正是这一时代浪潮中一位“跨界精英”的生动写照。他不仅在汽车销售、金融投资、酒店管理等多个领域游刃有余，更以其敏锐的市场洞察力取得了卓越成就。

从销售顾问到团队负责人，温雷曾在齐鲁国际车展上负责过奔驰、沃尔沃、smart等品牌的销售。提起齐鲁国际车展，温雷的第一反应是“非常热闹”“气氛很热烈”，然后就是“一天要走好几万步”“很累”，并且“在车展上收获很多”“得到了很好的锻炼”。“齐鲁国际车展是咱们区域性的汽车行业盛会，每届车展都是圈内人十分关注的重大营销节点，能对销量和品牌带来十分强力的拉动。”温雷说，“车展锻炼了我们的团队，也为我开阔视野、观察市场、发掘数据提供了第一手资料。”

齐鲁车展 让山东汽车市场更有活力



项阳
哪吒汽车华中一大区副总监

随着“汽车新四化”时代的浪潮席卷整个行业，汽车面临百年难遇的战略转型期。哪吒汽车华中一大区副总监项阳，见证了这一变革。从业以来，项阳从未落下过一届齐鲁国际车展，他在其中看到了山东汽车市场的真诚、活力，也见证了新技术、新理念的不断涌现和创新。每年的车展，都是一个汇聚行业智慧、展示最新成果的舞台，而项阳总能从中汲取养分，为自己的工作带来新的灵感和动力。

“之前车展宣传还是以报纸为主，现在越来越多元化。”项阳表示，齐鲁国际车展上的活动独具特色，对参展客户都有模型化、体系化建设，这些方法都是比较先进的。“现在车展又引入了大团购概念，不仅能实现我们这些品牌的要求，也能满足一线经销商等的需求。”项阳表示，齐鲁国际车展真正做到了消费者在车展买车能得到最大优惠，“对我们品牌来说，真是最会卖车的车展。”

齐鲁车展 更像是一个离不开的“战场”



许健
东风卓联山东区域总监

对于连续参加48届齐鲁车展的东风卓联山东区域总经理许健来说，齐鲁车展更像是一个离不开的“战场”。在这个平台上，各品牌同场竞争，许健不仅关注己方在做什么，更关注竞品在做什么，从竞争中捕捉信息反哺自身，根据市场变化和营销变化，及时做出应对和调整。2001年，作为刚踏足汽车行业的新人，许健参加了齐鲁车展。在许健看来，那时的齐鲁车展更像一个大卖场，条件还略微有些简陋，许健介绍，“那个时候的客户，跟现在还是不一样的，现在基本上是订单为主，那时候是直接开走。”“车展对我们的帮助很大，怎么重视也不为过。”许健介绍，今年9月，东风卓联经营的各大汽车品牌都将亮相第50届齐鲁车展，预计将有近2000平方米展具参展，“东风卓联与齐鲁车展携手共进，希望能够在车展上获得更多客户的认可与支持”。

与齐鲁车展携手并进 见证车市变革与未来



张祚虎
山东奥斯特丁汽车董事长

三年前，山东奥斯特丁汽车销售有限公司的掌舵人张祚虎，与齐鲁国际车展结下了不解之缘。

回望与齐鲁国际车展的初次相遇，张祚虎记忆犹新。那时，极狐汽车品牌尚处山东汽车市场发展的初始阶段，齐鲁国际车展已是极具影响力的汽车盛事，此后，在与齐鲁国际车展共同成长的岁月里，张祚虎深切感受到了车展的进步。

“从规模的不断扩大，到参展品牌的丰富和车型的多样化，齐鲁国际车展为消费者提供了更多元的选择。”张祚虎表示，这些变化对极狐品牌形象和产品优势的展示起到了推动作用，也为他们的销售和市场推广带来了积极影响。对于齐鲁国际车展的未来，张祚虎建议，车展应进一步加大对新能源汽车与智能汽车的展示与推广力度，增加相关技术交流与体验活动，以满足市场的快速发展需求。



长城智能新能源
更省 更远 更安全



长城汽车 闪耀齐鲁

欢迎莅临 4号馆 D2 长城汽车联合展台

