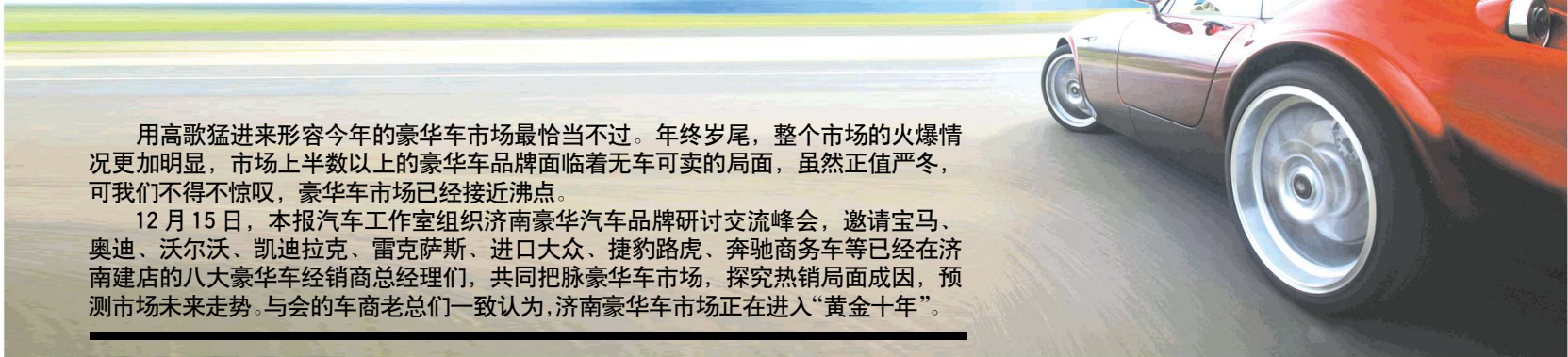


齐鲁晚报 车界 八大豪门群英会



# 豪门盛宴

——本报成功组织济南豪华汽车品牌研讨交流会



用高歌猛进来形容今年的豪华车市场最恰当不过。年终岁尾，整个市场的火爆情况更加明显，市场上半数以上的豪华车品牌面临着无车可卖的局面，虽然正值严冬，可我们不得不惊叹，豪华车市场已经接近沸点。

12月15日，本报汽车工作室组织济南豪华汽车品牌研讨交流峰会，邀请宝马、奥迪、沃尔沃、凯迪拉克、雷克萨斯、进口大众、捷豹路虎、奔驰商务车等已经在济南建店的八大豪华车经销商总经理们，共同把脉豪华车市场，探究热销局面成因，预测市场未来走势。与会的车商老总们一致认为，济南豪华车市场正在进入“黄金十年”。

□王士强

## 谈销量 >>

豪华车市场今年热得发烫

济南一个奥迪店全年销量能达到多少？银座汽车销售管理部部长刘峰给出了答案：截至11月底，银座奥迪已售出1900辆奥迪车，这个数字甚至超过了市场上大部合资品牌车商的全年收成。当现场所有的老总们都为这个数字咋舌的时候，刘峰却非常“惭愧”地表示，2010年的增量太少了，该店2009年全年销量就已经超过1800台。

增量太少的原因，就是如今奥迪的全系缺货。据了解，目前奥迪除了A8要马上出新款，限量清库之外，A6、Q5、Q7今年以来一直处在断货状态，部分车型的订单甚至要等半年以上。刘峰表示，如果货源充足，奥迪全年销量将远远不止这些。

和奥迪同属一个集团的进口大众，2010年前11个月在济南销量突破600台，业绩实现翻番。宝马今年在济南迎来同城双店。在万宝行和大友宝的共同努力下，销量突破2000

台。沃尔沃汽车今年实现销量600台，同比增长超过40%。雷克萨斯全年销量突破700台，凯迪拉克同比增长超过150%，全年实现销售400台左右。对于今年刚刚开业的捷豹路虎和奔驰商务车来说，首个年度的业绩指标均可用井喷来形容——路虎全年交车300台，订单已经累积到明年下半年；奔驰商务车则在刚刚过去的第三季度，拿到了中国大陆地区的第一名。

## 谈市场 >>

济南豪华车市进入“黄金十年”

也就在两三年前，如果在济南的马路上看到一辆卡宴，相信很多车友都会驻足凝望。如今再在大街上看见300万一辆的路虎揽胜、100万一辆的宝马7系，大家已经见怪不怪。仿佛一夜之间，原来藏富内敛的济南人，也开始热衷豪华车，玩起了“身份象征”。

山东大友集团聂涌认为，豪华车市场的爆发，是多重原因共同促成的。首先是经济大环境。国内经济一直持续向好，一部分先富起来的人对未来收入预期持乐观态度，富人

们在满足了房产、普通轿车的消费之后，作为身份象征的豪华车自然进入视野；其次，豪华品牌车型不断丰富，产品线动辄十几款，价格也下探至二十万，购买豪华车已经不再是普通人的奢望；最后，国人的“面子工程”也是一大消费“原动力”。很多人在没有消费奢侈品的能力的时候，就已经有了消费奢侈品的欲望。据他分析，2010年济南市豪华车井喷仅仅是个开始，这种豪华车热销的局面至少能够持续十年以上。一个属于豪华车市的“黄金十年”，已经开始。

## 谈竞争 >>

同城双店时代企盼合作共赢

今年3月份，大友宝正式开业，宝马汽车率先在济南实现“同城双店”。12月11日，润华奥迪开业，这家定位为奥迪城市展厅的4S店，占地面积11185平方米，无论营业面积还是装修豪华程度，均为全省第一，与银座奥迪形成东西对垒之势。加上刚刚开业的沃尔沃奥体中路店和即将开业的奔驰凤凰路店，豪华品牌在济南全线进入同城双店时代。同城竞争，争

抢客源自然无法避免，豪华车品牌的老总们如何评价竞争对手呢？

研讨会上，银座汽车销售管理部部长刘峰开起了玩笑：“润华天信从雷克萨斯、凯迪拉克手中抢客户不容易，但是在银座奥迪手中抢客户，那是太容易了。”润华天信总经理韩旭则低调地表示：要好好学习银座奥迪的先进经验，争取实现合作共赢。

万宝行总经理柳华刚用数据证明了合作共赢的意义。2009年，万宝行全年销量不到800台，这也是宝马汽车在济南地区的全部销量。2010年，两家店销量加起来突破2000台，使得宝马品牌销量翻番。客户激增带来的售后收益，又大大超过了售前利润。从开始的剑拔弩张，到如今的全面合作，两家宝马店生动阐释了“竞争更是一种合力”的经营哲学。

## 谈服务 >>

营销服务更需核心竞争力

如今产品热销，市场一片大好。但是省城豪华车经销商们并没有因此沾沾自喜，大家

就汽车进入同质化时代的营销服务展开讨论，认为产品同质更需特色服务。

润华天泓4S店总经理杨红星就雷克萨斯举例，“雷克萨斯不追求时速120公里强力过弯，也不追求夸张的外形，所有车型的任何方面，都不强调极致，最突出的优势就是服务。”杨总介绍说，雷克萨斯的保养里程是六年十万公里，雨刷、刹车盘等易损件全部包括在内，这就相当于车主在六年内，只负责车辆的汽油和轮胎，其他全在质保范围内。这在售后维修保养成本极其昂贵的豪华车市场无疑属于另类。“服务，就是我们雷克萨斯的核心竞争力”，杨总说。

沃尔沃是豪华车细分市场中比较低调的一个品牌，也是客户忠诚度最高的品牌之一。山东富豪沃尔沃总经理温风军介绍，店内成交的沃尔沃汽车，30%左右是老客户转介绍。新客户在接触沃尔沃之后，一般还会买第二辆、第三辆。山东富豪最近正在策划一场“寻找沃尔沃家庭”的活动，他们将为这些拥有三辆以上沃尔沃车型的家庭，赠送保养、礼包，以此来培养客户的品牌忠诚度。



省城豪华车品牌阵容还将进一步壮大

## 新闻背景

2010年豪华车有多火爆？我们来看一组数据。今年前11个月，奔驰在华(包括香港地区)累计销量达到130100辆，同比增长114%。其他品牌，宝马同比增长近100%，MINI增长超过160%。奥迪前十个月销量19.2万辆，同比增长超过60%。凯迪拉克增量超过

## 势不可挡的豪华车市场

100%，进口大众增长超过100%，路虎销量增长更是超过300%。注意，这些动辄翻番的销量增长，还是在无车可买的市場状态下取得的。如果市场上货源不是那么紧张，相信各大品牌的年终报表还将更加漂亮。

一直以来，和国内其他一线城市相比，省城济南豪华车

市场一直不温不火。但是在2010年，这种状态也被彻底改变。宝马销量翻番、奔驰销量翻番、进口大众销量翻番。其他几大品牌也是强劲增长。由于这些品牌的订单多已累积到明年上半年，因此可以预言，豪华车的火爆局面，短期内不会出现变化。(陆小虎)

新生代性能中级车

**CRUZE 科鲁兹**

热爱追逐 表现由T

科鲁兹1.6T涡轮增压车型急速登场

科鲁兹1.6T涡轮增压性能配置

- 1.6T涡轮增压发动机
- 六速手动变速箱
- ESC电子稳定控制系统
- Z型瓦特连杆
- ABS+EBD智能刹车系统
- 2010 WRC 冠军引擎

山东润艺天成汽车销售服务有限公司 地址: 济南市二环东路高架北首路西(润华汽车北部服务园内) 电话: (0531)88772111

800-820-1912 | [www.chevrolet.com.cn](http://www.chevrolet.com.cn) 上海通用汽车

1.6 SL MT 10.89万元	1.6 SL天地版MT 11.39万元	1.6 SL天地版AT 12.79万元	1.6 SE MT 11.99万元
1.8 SE AT 13.69万元	1.8 SX AT 15.12万元	1.6 T 涡轮增压 15.99万元	1.6 SE AT 13.49万元

\*号标识的为科鲁兹2011款车型及价格