



# 抱团打造汽车街区“金招牌”

## 昨日十余家品牌汽车经销商共议幸福南路汽车一条街发展之路

本报11月9日讯(记者 李娜) 幸福南路,一条新的汽车一条街正在崛起,越来越多的烟台人买车时喜欢来这里逛一逛。9日,东风日产等多家品牌经销商齐聚一堂,共同探讨幸福汽车一条街的发展之路。

相比芝罘区的机场路,开发区的衡山路,幸福南路汽车一条街有自己独特的优势。作为幸福南路的第一家汽车4S店,烟台富嘉经贸有限公司董事长孙洪国尝到了甜头。“幸福南路的区位优势非常明显,位于芝罘区与开发区的交界处,濒临福山区,不管是烟台哪个区的消费者过来选车都很方便。”孙洪国作为最早看好幸福南路的车商,对这条街的优势有着独到的见解。

“这里有相当齐全的商业配套设施,离车管所不足两公里车程,买车挂牌十分方便。烟台三年审检测线也都在这条街上,各类车在这里检测都非常便捷。”

据了解,上世纪90年代,烟台幸福南路就有商家在此销售汽车,后来又成立了主要经营二手车业务的烟台汽车城。不少市民对幸福的汽车一条街已经有了些认识,在此基础上发展更容易获得大家认可。

东风日产、克莱斯勒、广汽传祺、比亚迪、江淮、东风雪铁龙、东风悦达起亚、夏利齐聚幸福南路,这些品牌汽车的经销商们都洞察到了幸福南路发展汽车一条街的潜力。如今,中华、长安铃木、长安轿车、东风标致今年年底也将入驻幸福南路。

抱团发展是此次汽车论坛出现最多的词汇,多位与会者也都不约而同地提到了品牌集聚效应。品牌汇集在一起,各种服务跟上来,就形成了区域效应。市民有了更多的选择空间,客户对这条汽车街的整体印象好,信任建立了,人气就会越来越旺。

“下一步,汽车业的发展应该更加突出市民消费的便利性。”烟台鸿运汽车广场总经理、烟台市汽车商会副会长苑庆飞介绍,汽车销售也存在集聚效应,多家品牌入驻给市民买车提供了更多的选择,这种便利性不断完善就会增大幸福汽车一条街的整体实力。“每个品牌有一个销售区,就像一个超市一样,满足消费者的各种需求。”苑庆飞说。

在此次汽车论坛上,各位汽车经销商还提出了组办汽车文化节、汽车趣味运动会、幸福南路车友会等一些具有创意的想法,探讨如何将幸福南路汽车一条街做出特色,做出影响,为烟台百姓真正打造出一条全新的专业化汽车消费主题街区。

孙洪国在论坛上表示,幸福南路的发展离不开政府的扶持和商家的共同努力。他认为,幸福南路的优势在于其地理位置和配套设施,这为汽车经销商提供了便利。同时,他也呼吁政府能够进一步优化交通和配套服务,提升幸福南路的吸引力。

苑庆飞则指出,汽车一条街的发展关键在于品牌集聚和服务提升。他认为,只有当多家品牌入驻,形成品牌效应,才能吸引更多的消费者。同时,经销商也应该提升服务质量,为消费者提供更好的购车体验。

杨东杰表示,幸福南路的发展已经进入了快车道。他认为,随着品牌经销商的不断入驻,幸福南路的汽车一条街将逐渐成为烟台乃至周边地区的重要汽车消费中心。他建议经销商之间要加强合作,共同推动幸福南路汽车一条街的发展。

赵亮认为,幸福南路的发展离不开政府的规划和扶持。他建议政府能够进一步优化幸福南路的规划和配套设施,提升幸福南路的吸引力。同时,他也呼吁经销商能够加强合作,共同推动幸福南路汽车一条街的发展。

## 车商众议谋发展



烟台富嘉经贸有限公司董事长、烟台市汽车商会副会长 孙洪国

东风日产在幸福路上开了第一家4S店。那时候,幸福南路还没有现在繁华,路也没有现在这么宽,也没有这么多的汽车品牌专营店。但是,幸福南路有交通、配套优势,有很大的发展潜力。这里位于芝罘区与开发区的交界处,濒临福山区,毗邻邻车管所,挂牌方便。

上世纪90年代,烟台幸福南路就有商家经营汽车销售,后来又成立了主要经营二手车业务的烟台汽车城。不少市民对幸福汽车一条街已经有了些认识,在此基础上发展更容易获得大家认可。



山东鸿运汽车交易广场总经理、烟台市汽车商会副会长 苑庆飞

汽车城也好,汽车一条街也好,真正的目的是突出区域性和便利性。这和市民现在的购物习惯有关。幸福、开发区都有他们的先进性、选择性。那么我们要突出的就是便利性和经济性的贴近服务原则,这些都是现实情况。片区消费有差异化,作为我们要把这个差异放在合适的片区,为老百姓提供方便,他们愿意来了,幸福汽车一条街的优势就来了。

买车就像去超市买东西一样,我们现在卖的都是一些什么车,客户需求的又是些什么车。客户到底要什么,车商又能为客户提供哪些车型和服务,这是最核心的。



烟台市振洋汽车销售服务有限公司副总经理 郭岩

品牌新车一个服务理念就是给客户更多的选择。各个品牌聚集在一起,给客户的选择多一些,不管客户买也好,不买也好。

客户接近这样的专业化的销售街区,会对此形成一个印象,自然会信任我们,我们的品牌是规范的、专业的。要规范完善售后,我们把它利用好了以后,就能把这个品牌给做好,只有这样才能会走得更远一点。



烟台华宇汽车销售有限公司总经理 杨东杰

我们的店是在2008年来到幸福南路的。

从2008年到现在,我们这边的优势,就是二手车逐渐形成了规模,我们星期六、星期天的进店量要比往常多。福山区和开发区、幸福这一区域选择我们的购车者会更多一些。但有一点值得注意的是,基本上来幸福看车的顾客都是有针对性而来,成交率比较高。



烟台富嘉经贸有限公司副总经理 张滨

从现在的发展情况来看,幸福路上已经聚集了至少八家汽车专卖店。我看到一些更多的品牌也正在加入到我们这条街来。虽然,我们之前客源比较少,但我们主打的就是成交率。

幸福南路这条街就交通便利性来说,烟台市里的客户包括福山的一些客户来幸福这边还是很近的。现在看来,集聚效应正在慢慢显现,随着这一区域的客流量逐年增多,幸福南路上的汽车4S店也在逐渐增加。



东风日产富嘉专营店总经理 赵亮

借着这个难得的讨论机会,咱们可以谈一谈如何寻找一个共同模式,对于新崛起的幸福汽车一条街,就是要把人气聚得更高一些。

比如搞优惠活动,市民拿着优惠券不仅可以到一家专卖店享用,各个商家都可以提供礼包,参与到这个大活动来。咱们推出各种的活动,只要大家能够来参与,咱就达到了目的。大家把劲往一块使,我们的投入和产出才能实现利益最大化,不然效果会很分散。



烟台市中升盛悦汽车销售服务有限公司副总经理 段海梅

提到幸福我就特别有感触,“我们是幸福路上的起亚店”。幸福路上客流量确实比机场路要少,我告诉我们的销售员应该更努力,把自己的根扎下来。提供不仅仅是在机场路享受到服务,甚至是一些超值的服务。大家共同努力,幸福这个地方的人气就会越来越高。

以服务做品牌,超值服务也许正是我们高成交率的优势。咱们自己成交客户的区域性还是蛮集中的,就是把这一块做精了,也很不简单。



烟台市交运轿车销售服务有限公司品牌经理 郝红旗

做汽车市场我们要有自己的路子,不能总跟在别人后面走。抱团发展,优势互补,发展到一定规模的时候,我们这条街就能够逐渐实现主导。

其他汽车城或者汽车一条街经常做车展,我们幸福也可以搞一个车展,我们已经有了一定的规模,日常搞一些车展活动有意向购买的客户能通过车展对我们多一些了解。



烟台君美汽车销售有限公司市场主管 原新明

我做的是直接面对市场销售的工作,考虑的比较现实的一些问题。我认为适当的开一些小型的车展,对拉动人气是比较有效的。当然这种车展主要是突出幸福的特色,不要太大,各家联系在一起做出幸福一条街效应。

幸福汽车一条街现在越来越有规模,却缺少像样的整体形象。汽车行业都是一家人,以后这样的讨论会多一些,我们可以把好的想法给运用起来。



烟台市振洋汽车销售服务有限公司市场负责人 国敏

幸福片区和烟台其他两个汽车市场相比有各自的优势。想实现好的销售效果,我认为还应该发掘出幸福南路的亮点。这是比较具有挑战性的,但是找准了路子走下去,我相信会越来越好的。

机场路和衡山路各占一个区,幸福南路却拥有与福山、开发区相近的地理优势。并且这一带的潜在客户也是非常可观的,通过做活动,让潜在客户得到实惠,这样这里的名声会更响亮。