

追求卓越 永争第一

栾英杰 上海大众
销中心北区副总经理

作为中国现代汽车售后服务开创者和见证者之一,上海大众多年来一直以“追求卓越,永争第一”为宗旨,始终致力于为中国最庞大的品牌用户群创造专业、高质、高效的服务体验。本届齐鲁秋季车展,上海大众再度摘取车展销量桂冠,四天时间收获1094台车的订单,山东市场龙头地位不容撼动。

上海大众分销中心北区副总经理栾英杰在采访中提到,今年上半年,上

海大众在市场占有率上实现7.5%-8%的提升,在接下来的几个月里还将继续提升0.5个百分点,产销量将有望突破100万辆。

目前,上海大众产品系列已经进入加速发展时期。据栾英杰介绍,自上海大众推出朗逸以来,朗逸在A级车市场受到消费者一致认可,本次齐鲁秋季车展上,新朗逸的上市将继续在A级车市场独领风骚。日前于上海上市的POLO GTI将以其TSI发动机+DSG变速器的技术组合顺应汽车潮流发展趋势。此外,新途观现代、新桑塔

本届齐鲁秋季车展四天下来,总成交量超过万台,迎来20万人次的观众前来赏车、购车,而各大参展商也斩获了为数可观的丰厚订单,凭借各自的优异战绩为低迷的车市注入一针“强心剂”。车展现场,本报联合车行齐鲁网共同推出了车展直播间,有幸邀请到各大主流汽车厂家领导和经销商集团领导做客,畅谈企业发展,拉近了各大企业与广大读者、网友和在现场观众的距离。而各位老总的精彩发言,更是为车市的未来指明了方向。

期待6速变速器走进千家万户



张洪岩 吉利汽车销售事业部总经理兼中国区营销事业部总经理

今年上半年,全国的乘用车增长在7%左右,中国自主品牌则出现了负增长,自主品牌没有跑赢乘用车增幅的大盘。不过吉利汽车迎来了自己的丰收年,1-8月份的业绩,累计实现23.5万台的销售,相比增长8.2%,在自主品牌总量排名中,吉利汽车排名第二。张洪岩说:“吉利之所以有这样的成绩,得益于我们2007年提出的

战略转型,推出三大子品牌。得益于我们稳定的质量,能够长期有着稳定的性价比,包括我们全国拥有1000家一级经销商,2500家二级经销商网络这一些基础工作,换来这样的成果。当然未来还会有很多的挑战,吉利在基础工作方面还要继续夯实基础。”

山东省是吉利汽车的福地。“最近的9年山东省累计销量都位居全国32个省市自治区第一名。除此之外,全国经销商按单家统计销量冠军,以及按照单品统计也是全国销售冠军,这样的成绩先后多次诞生在山东省的经销商身上。其中获得冠军的,历史上有过济南、淄博、烟台的经销商。这充分说明山东省是一个巨大而有消费潜力的市场。另外我们吉利汽车在山东受到老

百姓的一致认可。”

本届车展上,吉利带来了三款此前从未在国内上市的新车,吉利英伦SC3、SC6和SC7 6AT。其中,SC7 6AT是吉利汽车利用英伦品牌推广的第一款车型。6AT变速器来自澳大利亚DSI公司。这家全球排名第二的老牌公司于2009年被吉利收购。经过几年准备,终于具备了和整车匹配的条件。据张洪岩介绍,SC7 6AT之后,吉利计划在旗下1.8L排量中的所有车型都将采用这个6AT的变速箱。“吉利对于6AT变速器也有一个宏伟的推广计划。我们希望在两三年以后,随着6AT匹配车型的销量增大,变速箱定价可以降低到几千块钱,到时6AT这么好的技术就可以走下神坛,走进千家万户。”

东风日产即将实现“齐鲁崛起”



孔德春 东风日产山东区域营销总监

产就将自己的年度销售目标定在100万辆。不过,东风日产实现这个宏伟目标并不轻松。今年以来,中国车市整体表现低迷,消费者购车欲望不强,7月份,作为日系车最重要的市场,广东省又推出广州限牌政策,极大地影响了日系车在华南地区的销

售。在这种情况下,全国汽车销量第一的山东省,对东风日产显得尤为重要。

孔德春告诉记者,为了完成本年度的100万销售目标。东风日产1月份在广州花都制定了一个“百城翻番”的销售战略。其中,山东省十七地市50多家经销商全部参与其中。“我们内部叫做东部崛起,齐鲁先行。”包括江浙鲁沪在内的华东区,是东风日产全国销量最大的区域,在整个华东区,山东又是其中销量最大潜力最大的区域。今年截至8月底,山东的销量同比增长20%,已经是紧随广东省,跃居东风日产全国第二。

此次秋季车展上,东风日产可谓倾力参展,不但带来了解剖车战神GTR,还有刚刚上市的新轩逸,新轩逸被称作是“越级越级的旗舰家轿”,东风日产也希望通过这款车实现在中国中级车市场的夺标之梦。

东风日产在山东省内的标准专营店已经超过50个,这种密集布局的网络保证了东风日产车主的用车便利和售后服务。孔德春表示,随着东风日产产品超高性价比和超低节油的市场口碑日渐巩固,以及网络服务的日渐完善,东风日产跻身山东车市第一阵营的目标,已经越来越近。

齐鲁秋季车展

□本刊综合

期待新的飞跃



林钟宪 东风悦达起亚副总经理、销售本部长

作为企业展现实力的最佳舞台,本届秋季车展东风悦达起亚再次携最强阵容出席。展会设计延续起亚全球统一展厅标识设计,K系家族成员K5、K2,以及智跑、狮跑、福瑞迪、秀尔、赛拉图等明星车型将悉数出场。同时,备受期待的K系全新成员K3也在本次车展亮相。而全线飘红的业绩让东风悦达起亚成为市场瞩目的焦点。继“品牌年”和“品质年”之后,东风悦达起亚

将今年定义为“顾客满意年”,通过服务、技术、管理三大创新进一步提升整个产业链的品质和效率,取得了显著成效。1-8月,东风悦达起亚实现销量近29万台,同比增幅高达12.7%,远高于7.4%的行业平均水平,为顺利实现年终目标奠定了坚实基础。“对于企业的未来,我们同样充满信心。接下来,K系家族的全新成员K3马上就将投入市场。凭借它全面领先同级的产品力,一定会为我们带来销量的另一轮飞跃。”林钟宪说。

对于山东市场,东风悦达起亚一直非常重视。无论是销售渠道的建设还是营销的覆盖,都进行了非常详细的规划。另外,对于山东地区经销商的工作,东风悦达起亚也一直非常支持,不论是在经济繁荣期还是经济下行时期,东风悦达起亚始终

与经销商通力合作,克服困难,这些都让山东区域市场更具竞争力。截至目前,东风悦达起亚已经在山东建立了包括专营店、K5专卖店、快修店等在内的完善的销售服务体系。不仅在售前、售中环节为客户提供了贴心、便捷的服务,在售后层面,也为车主提供了灵活且专业的解决方案。并且围绕全新的“关爱有‘家’”服务口号,我们还在山东地区举办了大量关爱消费者活动,包括“+1服务”、“客户评价”、“满意展厅”以及“同心同行风雨同舟”等活动,都为东风悦达起亚带来了顾客满意度的显著提升,对于山东市场销量的提升起到重要作用。到目前为止,东风悦达起亚的业务进展十分顺利,出色的完成了预期目标。“未来,我们也将一如既往地重视山东市场的开拓,争取更多的市场份额。”

借营销活动扩大市场份额



薛晓东 一汽丰田经销商支援部华北分区域销售首席代表

一汽丰田此次参展的车型总共有八款,包括旗舰产品皇冠,中高级车锐志,量销车型卡罗拉,第一款小型车威驰,混合动力普锐斯,大型suv兰德酷路泽,普拉多等等。本次车展一汽丰田最具亮点的两款车是刚刚上市的新皇冠和新能源混合动力先驱车型普锐斯。新皇冠在外观上

有很大改变,更加年轻化和时尚化。在装备方面也做了提升,比如在4.3L车型才有的智能泊车系统在3.0L车型也有相应配备,操控性和便利性都有明显改观。新皇冠的目标客户群依然是实力派人群,上市初期订单表现非常不错。

在营销活动方面,今年一汽丰田在济南奥体中心举办了“乐驾嘉年华”活动,此次活动是一汽丰田全品牌全车型的展示与试乘试驾以及对车辆极端性能的深度展示,活动取得了不错的市场反响。“我们将在接下来的时间里继续采用这种喜闻乐见的体验式营销活动,让

老总会客厅

在润华买车没有遗憾



王维 润华汽车市场营销部总经理兼济南润华广告传播有限公司总经理

“不在润华买车,是您的遗憾”这句广告语在这个秋天深入人心,润华集团之所以敢提出这句话,是有足够的底气的。首先,客户只要在润华买车即可享受唯独润华掌握的魔术翻新服

务,让客户年年开新车。其次,润华老客户置换润华售出的汽车,二手车置换价会高于评估值的2000-8000元。此外,为了让客户减少全款购车资金压力,推出分期更轻松的金融服务方案。润华集团是一个有责任的企业,坚持回馈社会、回馈车友、回馈客户的理念,“我们今后会将不花钱中汽车活动以及各类丰富活动作为我们的传统项目继续推出,让关心和支持润华集团的朋友们感受到一份幸运。”

十三载关爱始终如一



张剑 润华别克汽车公园店总经理

作为别克品牌在山东省最大、资历最长的经销商,润华别克汽车公园店如今已走过了13个年头,多次获得厂商授予的五星级荣誉。依

托润华集团的优势,润华别克汽车公园店具备独有的集群能力;而依托十三年来的专业服务经验,润华别克汽车公园店更能够为客户提供最为优质的一条龙服务;借助润华别克汽车公园店、济南零点和济阳店三家店的均衡分布,润华别克品牌为客户提供半小时快速服务圈。正是凭借诸多优势,润华别克品牌十三年来关爱始终如一。

完美品质赢得认可



周劲松 润华丰田品牌总监兼润华雷克萨斯汽车公园店总经理

雷克萨斯在很多人眼中是一个低调而奢华的品牌,对于完美的追求矢志不渝,这与车主们内心的追求不谋而合。虽然相比其他豪华品牌进入中国市场相对晚一些,但是雷克萨斯在北美市场已连续14年取得销售冠军,J.D.POWER连续14年北美第一。在追求完美的品牌理念指引下,本届车展润华雷克萨斯带来了厂家最高标准的展具,800平米的展厅用最好的材质打造出没有甲醛污染的客户洽谈环境。润华雷克萨斯开业已有五年时间,五星级豪华酒店式展厅,超过5万次的维修入场专业经验以及无微不至的完美服务,让润华雷克萨斯得到了客户的广泛认可,上半年销量超过去年同期销量的1.78倍,截至8月底,店内销量便已超过去年全年总量。

朗动开启北京现代新篇章



孙文峰 北京现代东区事业部山东办事处经理

今年上半年,在全国汽车市场较为低迷的情况下,北京现代在山东市场的销量较去年同期相比仍有增长。孙文峰认为,新车型拉动和优惠幅度加大是北京现代实现增长的助推器:“今年1-8月份,北京现代面对暗流涌动的汽车市场,及时的做出应对举措,通过朗动等新车上市为车市注入新鲜血液,吸引消费者购车意向,并对品

牌下的车型进行价格调整,扩大目标消费群体。”

“2012年北京现代在山东市场销量目标为8万台车,目前已经完成70%,接下来的几个月,北京现代将继续本着为山东消费者服务的理念冲击销量目标。”据悉,于8月23日在全国上市的朗动作为北京现代下半年度推出的重磅车型,之前已经在北美地区获得“年度车型大奖”,“NCP五星安全评价”等荣誉。在齐鲁秋季车展开幕前夕,朗动就已经在济南市场斩获200多个订单。齐鲁秋季车展期间,朗动更是在与诸多新车的竞争中表现出色,四天内再度创造200台车的销量。

风行汽车“以慢打快”



李光群 风行汽车济南大区总监

“风行汽车2012年全年销量目标15万辆,截至8月份,全国累计销量突破8万辆。”作为国内汽车市场新晋自主品牌,风行汽车近两年销售增长势头迅猛,其中,菱智MPV在其细分市场销量跃至第一位,景逸SUV自北京车展上市后持续热销。风行汽车济南大区总监李光群在接受采访时表示,在众多汽车品牌不断推出新车型之时,风行汽车稳扎稳打做好各车型细分市场。“我们做菱智有着十年历史,一直在MPV市场中销量保持前三甲。后来做景逸及景逸SUV,同样深受市场热捧,每一个产品都是在其细分市场站稳脚跟后再推出全新车型,今后的新车战略同样如此。”

新车自销售后,随之而来的是对售后服务的考验。在快速布局销售网络与提升售后服务品质之间,风行汽车选择了后者。“风行汽车的服务口号是‘关爱每一部车,关爱每一个人’,但落到实处就是为消费者提供更实惠、更便利的服务。目前风行汽车在全国销售网络300多家,但服务网络却已经突破600家。山东市场有35家认证销售店,但均已布局62家服务网点,全省已实现平均60公里的服务半径。”从今年9月开始,风行汽车还将全系车型质保延长至5年/10万公里。李光群告诉记者,今后他们还将推出“社区式服务”,并为每一家经销商配一辆“流动服务车”,更快速、更便捷的做好售后服务工作。

另外,作为国内车市重要版图的山东市场,同样是风行汽车的重点市场。在车展现场,李光群给记者提供了一组数据:风行汽车2012年在山东市场全年销售目标2万台,占据其全国总销量的1/7;其中菱智MPV全年销量目标为7万辆,山东市场要贡献1万辆的业绩。1-8月份,风行在山东市场已实现销量12300多台;在刚刚结束的齐鲁秋季车展上,风行汽车斩获订单265张。在车市进入“微增长”之年,风行汽车稳扎稳打的营销策略始见成效。

用尊重赢得市场

用品质赢得人心



张秀冰 福建奔驰市场营销部副部长

福建奔驰品牌在中国市场业绩骄人,张秀冰认为与两个“尊重”分不开:一是对中国市场的尊重,二是对中国消费者的尊重。奔驰商务车自2010年6月在中国上市以来,进行了2011年的改款升级和2012年的全面升级,为了进一步贴近中国市场,福建奔驰已在2011年1月开始在福州筹建研发中心,共投资5亿元人民币。研发中心在今年年中或者第三季度投入使用,在本地研发中心运营开展之后,将具有更强的能力来贴近中国客户和市场需求,将需求反馈到产品改进中。目前,福建奔驰作为戴姆勒集团亚洲及大洋洲唯一的商务车生产基地,同时生产的车型包括唯雅诺、威霆和凌特三款梅赛德斯-奔驰商务车。在济南市场,福建奔驰选择了润华集团作为经销商,张秀冰说:“福建奔驰要想在济南大卖,我们必须选择最优质的经销商,选择润华集团,可以说是强强联合,相信福建奔驰在济南一定会有不凡的表现。”

雅力士8.48万元起

TOYOTA 广汽TOYOTA | 品质感动世界

广汽丰田大友经十西路店

销售热线: 0531-87516666

地址: 济南市经十西路 368 号 (京福高速入口向西 300 米路南)

逸致13.98万元起

TOYOTA 广汽丰田

¥49900元

以进取 超越期待

威志V5享惠民补贴3000元

天津一汽山东有限公司 经十西路店销售热线: 0531-87582377

夏利N5 最高优惠 5000元

优惠价39900元起

天津一汽山东有限公司 工业南路店销售热线: 0531-88511599 0531-88192026

山东远方标致 店庆感恩节

山东远方标致4S店 济南工业南路七里河路37号 0531-86550000

蓄势待发启新程

——2012主流媒体汽车联盟走进长安福特

日前,中国主流媒体汽车联盟成员共同走进长安福特马自达重庆二工厂,通过参观工厂及与长安福特高层的面对面交流,亲身感受长安福特2012年1-7月取得的丰硕成果,及未来远大的发展规划。

世界领先的绿色工厂

“绿色”是长安福特重要的品牌支柱,也体现了长安福特对可持续发展的重视。长安福特马自达重庆二工厂不仅生产出的车辆具有出色的燃油经济性和优异的产品品质,整个设计、布局和生产过程也充分体现了节能环保,让它成为了福特所拥有的最为环保

的工厂之一。

作为长安福特最顶尖工厂的体现,长安福特重庆二工厂的设计和布局处处体现节能减排。车间内的天花板采用透明材料,实现最大限度的自然光线照射,节约电能。物料储货区域采用镂空搭建,实现最及时的物流周转和供应,并且节约厂建的费用,充分利用自然光,节约灯光的能耗。最环保的水泥网路设计,让植物可以种植于工厂中生长,提高绿化覆盖率。而Rodip旋转浸涂技术和三湿涂层固涂涂装技术等先进生产工艺的运用,也最大程度地降低了能源消耗。工厂实现了零废水排放,排

放气体的二氧化碳含量低于40克/平方米,每年可以省下800万度电和61000立方米的水。

令人瞩目的发展成就

今年1-7月,长安福特取得198,792台的惊人销量,同比增长8.02%,高于行业增长速度3.56%。特别是在7月,单月销量达26,306台,同比增长44%。作为中级车市场的标杆车型,福特新福克斯上市仅3个月便已卖出48079台,福特蒙迪欧-致胜和福特嘉年华的销量也分别达到了36428台和32886台。

截至7月31日,中国大陆已获授权的长安福特品牌经

销商已经超过500家。同时,长安福特致力于推行“Ford Service”,从而保证每一家经销商都能为客户提供统一标准的优质服务。而推行Ford Service的QualityCare的认证,也体现了长安福特在提升经销商服务质量方面的不懈努力。

推陈出新的营销方式

随着越来越多的新产品引入中国,长安福特不断地尝试更加创新的营销方式。在福特新福克斯前期预售阶段,长安福特投入210万进行数字营销,取得了超出预期的成果:截止到5月底,官网吸引访问量270万次,比预期多出70万



即将引入的全新产品

在不断推出创新营销方式的同时,长安福特也在不断地为中国消费者奉献最新最

好的产品。全新福特翼虎和全新福特翼搏将是长安福特今年的产品计划中最重要的两款车型,是福特“15*15计划”中两款重量级产品,也是动力总成战略的具体落实。两款车型的引入不仅完善了长安福特产品线,也为不同类型的中国消费者带来更加丰富的选择。

(俊杰)

爱唯欧 新生代超级风尚小车

爱上每一天

新生代超级风尚小车 金秋特惠全系 6.99万起

超级设计 时尚风向标 权威认证的领先设计

超级品质 4399mm超长车身,21处人性化储物空间

超级配置 中级车实力 1.6 Ecotec DVVT 发动机、六速手自一体变速箱、OnStar安吉星智能行车伙伴

超级安全 环球五星认证 中保研五星安全认证 6.99万元,此价格秒杀同级,已包含3000元节能惠民补贴 测试车型: C-NCAP 1.4SE MT; E-NCAP 1.2LT MT; US-NCAP Sonic 1.8LT AT

山东润艺汽车销售服务有限公司 地址: 济南市经十西路润华汽车公园 (京福高速西口西行4公里路北)

山东鸿发森泉汽车销售服务有限公司 地址: 济南市经十路124号省体育中心西侧

山东润艺天成汽车销售服务有限公司 地址: 济南市历城区二环北路555号 (二环东路高架北首路西)

山东兆瑞汽车销售服务有限公司 地址: 济南市历下区工业南路60-9号

销售热线: 0531-87297866 销售热线: 0531-82787000 销售热线: 0531-88772111 销售热线: 0531-88938866