



作为银座汽车的掌门人,刘岩至今还记得银座汽车在1999年开门纳客时的广告语:“起步,就与世界同步。”时至今日,他再次提及这个口号,汽车流通行业与银座汽车都发生了天翻地覆的变化。过去的一年,对中国汽车市场来说是非同寻常的一年,商业环境的新变化给汽车流通行业带来了新的考验,同时也提供了新的机遇。银座汽车周年庆,不仅是银座汽车作为山东汽车流通行业先锋回报客户的时刻,更是梳理与展望整个市场的良机。刘岩,执掌银座汽车16年,他以更清醒更开放的思维为银座汽车乃至山东汽车流通领域描绘了最新的“路线图”。

深耕16载 坚持“为第一而生”

1999年,28岁的刘岩受命创办银座汽车。如今,银座汽车已成为山东汽车流通行业的一张名片。

过去的十六年中,刘岩把最好的年华献给了银座汽车,深知肩负责任重大,他用“战战兢兢、如履薄冰”来形容每一步选择之慎重。银座汽车成立伊始的广告语,刘岩至今仍能脱口而出:“起步,就与世界同步。”正是在如此清晰而明确的高起点定位中,刘岩带领下的银座汽车始终坚信:“如果不能将精力聚焦于客户需求,企业就很难在市场中有所立足之地;如果不能做到行

业老大,企业就没有生存余地。”

“提到碳酸饮料品牌,大多数人只知道可口可乐和百事,很少有人知道第三名是谁——市场只承认强者。”刘岩如是说。银座汽车旗下4S店中,一汽-奥迪、上海大众、长安福特、上海通用别克等多个国际知名品牌的销量在山东乃至全国遥遥领先。刘岩说,对于经营的品牌,银座汽车是有所取舍的,要么不做,要做就做最大、最强。

为此,银座汽车今年果断砍掉了一些在市场中反复锤炼依然不

能成为行业领头羊的品牌。也许这看上去有些决绝,但市场就是如此。“莫斯科不相信眼泪,市场更不会相信。”刘岩的态度很坚定,在残酷的竞争中企业必须对内、对自己多做要求。

2014年整个汽车流通行业遭受“阵痛”,银座汽车在“只做最大、最强”的理念支持下,却依然成绩斐然,入围“中国汽车流通百强企业”。而刘岩本人则荣膺“2014年中国汽车流通行业年度大奖十大风云人物”,成为山东省唯一获此殊荣的企业家。

二次创业 坚持与大时代同步“转型”

对于整个汽车流通行业的规律,28岁即执掌银座汽车的刘岩比谁看得都透彻。他毫不讳言,如今汽车流通领域靠汽车销售和售后服务获得的利润在逐步减少,但他早已为银座汽车“谋篇布局”。

“银座汽车刚开业的时候,我们就重视售后服务和汽车用品,随后大力发展二手车业务,现在我们正向汽车金融、电子商务转型。”刘岩的思路始终不离市场大环境。

如今的银座汽车已经跨入了一个被刘岩称之为“二次创业”的

时期。在刘岩的规划里,银座汽车将囊括汽车金融公司、融资租赁、汽车资产管理、汽车融资担保、汽车典当拍卖和汽车保险销售等全方位的服务。“我们将为国人打造一个最专业、最方便、最快捷的汽车金融服务体系。银座汽车已经从经营战略上发生转变,要和竞争对手实现差异化,”刘岩说。

谈起目前正在建设发展中的汽车金融服务体系,刘岩可谓信心满满。在他看来,相对于传统的汽车销售和维修,汽车金融和电子商

务的准入门槛显然更高:“不是每个企业都能迈得进去,国家对金融行业管控严格,多限制、高风险,同时也是高利润。涉足汽车金融,银座汽车有足够的积淀,我们要做投资,而不是投机,它是汽车行业整个生态链上的一环。高风险的金融业务要求参与企业有更高的经营能力和自我管控能力。”在以银座汽车的雄厚实力把握这一机会的同时,刘岩也十分有远见地开始着手对银座汽车做更深入的“升级”。

寻找痛点 坚持满足顾客需求

面对现今飞速发展的汽车流通市场,刘岩比任何时候都更加坚持回归商业本质。“企业在市场中生存发展需做一件事,就是满足客户的需求。”

这在汽车流通行业中的体现尤为明显,就是要靠不断增加客户底盘,来满足企业发展的利润追求。刘岩说:“客户无非想得到最低的价格、最优的产品以及最好的服务。过去认为价格战是低层次的竞争,而现在看来,价格竞争绝对是高水平的。面对同样的产品,客户首先考虑的就是价格,而电子商务的优势从相当大的程

度上来说也是在于价格。价格是企业运作、自身成本控制等各方面实力的集中体现。”

“客户不仅单纯地追求价格,还有快捷、便利等因素的诉求。”对于银座汽车正开展的汽车金融服务,刘岩也坚持以方便顾客为出发点。

目前汽车流通行业竞争同质化十分严重。“大家都销售同样的汽车,不同的只能是价格和服务,”刘岩说,“现在不少行业的经营模式已发生了质的变化。但不管是O2O,还是当下流行的其他商业模式,最终都要回归到如

何给顾客创造更多价值,如何为顾客提供更多便捷的服务。”这正是银座汽车从去年就开始坚持的“回归商业本质”。

就在上个月,刘岩还对管理人员说,要寻找企业的痛点。而所谓“找痛点”就是找客户不满意、不方便、不喜欢的地方。16年来,银座汽车的发展壮大离不开客户的支持,刘岩自信银座汽车在客户心目中的形象是正面的,但在满足客户需求的方面,银座汽车不会止步。而这是一件“成人达己”的事情。“去寻找企业的痛点,把痛点解决了,也就能赢得更大的市场。”



瞄准互联网+ 坚持跨界开放思维

刘岩接受采访的一个小时中,我们的话题当然紧紧围绕着汽车,但期间不时出现的互联网+、海底捞、Uber等词汇让人看到,这位执着于本行业的业界大佬,从没停止过对宏观经济和商业潮流的探索。刘岩对商业的敏锐洞察,正是最被推崇的“跨界”思维。

“我认为互联网+是一个工具,就是如何通过科技、互联网的手段,来满足顾客的需求。”在刘岩的未来计划中,通过运用互联网+概念,汽车行业的某些环节可能不再需要场地、店面,比如投保,都可以在网上实现;而某些需要技术但不需要场地的环节,比如更换轮胎,在家门口就能实现。

谈到服务模式,刘岩说他十分欣赏海底捞的火锅外卖,服务

非常细致入微。他认为,今后的汽车生活也会有更多像这样的改变。竞争重心早已不再是汽车销售本身,而当服务特色成为客户的一种习惯,自然就能占领市场。“过去我们不能理解安卓和苹果系统为何有这么大的差异,而这体现的就是消费习惯的培养,就像习惯了软件打车的用户,出门第一件事便是打开软件。”

刘岩也坦承:汽车流通行业要想改变服务模式的确是一个庞大的工程,这也是他和他的员工正在摸索中的课题。“对我们企业来讲这是脱胎换骨的过程。我们已经习惯了过去与客户交流的方式,但如今商业市场高速发展,客户的观念和消费习惯已经发生了翻天覆地的变化,银座汽车需要由内而外地主动适应这种变化。”

立足百年 专注深挖本行业

尽管目前实体经济增长速度在放慢,但刘岩认为新常态也带来了新机遇。在采访中,刘岩透露,东部实体项目Automall一期土地去年年底已经拿到手,预计今年下半年拿到二期土地,整个项目占地五百多亩,他坚定要将其打造成为全球规模最大、档次最高、功能最齐全的汽车购物中心。Automall是个相对新鲜的事物,它区别于传统4S店简单叠加集合而成的汽车集散中心,是以汽车为主题的城市商业综合体。这里不但众多汽车品牌云集,还配备了汽车主题餐厅、汽车儿童乐园、汽车电影院等设施,使全家人都可以得到需求满足的幸福感。刘岩说,他要把Inzone Automall打造成一种生活方式,依托独有的地理优势将其发展成为济南东部最大的特色商业体。

无论经济形势如何变幻,刘岩始终坚持一点,那就是对汽车行业的专注。“企业要立足百年,专注很重要。银座汽车的路会越走越长,也会越来越专注。”

不专心不专注,无法在市场上立足。”而刘岩口中的银座汽车,更像一把锋利的剑,披荆斩棘,勇往直前。

在对行业的专注中,刘岩所坚持的不是墨守成规,恰恰相反是不断的变化。“经营企业要看三张脸。一是消费者的脸,客户需求在变,我们就必须变。二要看对手的脸,这是影响企业决策的重要因素,但非决定因素,要做到领先对手半步。三是看自己的脸,不做自身不擅长的事。把握好自己,转和变才会更有效。”

银座汽车蓬勃发展的16年,也是中国汽车市场流通行业不断提升、不断壮大的16年。对于人来说,16岁正值花季,对于要立业百年的企业,16周年也正是绽放之时。无论时代如何变迁,一个企业立足百年的关键永远离不开专注与专业。银座汽车,肩负汽车行业领导者的责任,坚持“深耕济南,立足山东,服务全国”的目标,期望让更多人的生活因汽车而改变。

人物名片

刘岩,管理学博士、硕士生导师,现任山东银座汽车有限公司总经理,山东省商业职业技术学院汽车学院院长、兼任中国青年企业家协会、中国青年志愿者协会、中国汽车流通协会、中华全国工商业联合会、山东省青年联合会、山东省汽车流通协会等协会会员、常务理事、副秘书长、副会长等职务。

刘岩同志的业绩受到社会的广泛认可,被授予“全国服务行业百名创新优秀企业家”、“全国优秀管理创新百名新闻人物”荣誉称号,曾获得“省管企业五四青年奖章”,并多次荣获山东省商业集团有限公司一等功、二等功、三等功、优秀经营管理者等荣誉称号。

刘岩同志带领山东银座汽车有限公司获得“全国汽车营销服务十大标杆企业”、“中国汽车服务公众满意十佳典范品牌”、“全国汽车销售服务公众满意十佳明星企业”、“中国汽车流通企业服务模式创新奖”、“全国汽车流通行业百强企业”、“山东省商业百强企业”、“山东省消费者最满意汽车销售集团”等众多国家级殊荣。