



从平淡无奇的“老三样”到百花齐放的车满园，从拼拼凑凑的“三人行”到兵强马壮的人人行，从风吹日晒的马路边到富丽堂皇的国际馆……20年来，汽车史上留下他浓墨重彩的笔迹，根植齐鲁车展20年，二十年栉风沐雨，二十年春华秋实，他会每一位车展消费者“负责到底”，让每一个参展商“乐此不疲”。

值齐鲁车展创办20年之际，我们走近与齐鲁车展二十年同行，初心不改，坚守与担当同在的齐鲁晚报副总经理——韩亮。

专访齐鲁晚报副总经理韩亮

20年坚守与担当 只为给你更好

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 王瑞超

简单的执念：“参展商大卖，消费者惠买”

11日，记者走进齐鲁晚报副总经理韩亮的办公室时，他正手拿纸笔勾勾画画，若有所思，记者追问发现，他手上的纸张是2019年齐鲁秋季车展的展位图。

“现在基本上招满了，个别在微调，因为是第一次搬到新的展馆，较以前会有很多变化，规格全新升级，我们提前做了布局。”万众期待的济南西部国际会展中心将迎来落成首秀——齐鲁秋季车展，这也是齐鲁车展历经二十载后第二次“迁址”。这一切似乎在昭示一场无与伦比的华美盛宴。

简陋与华美的距离有多远？遥想当年，初次布展的场景仿佛就在昨天。2000年3月，初入齐鲁晚报的韩亮，正逢第二届车展筹备期，便开始投入到招商、布展中来。

“说布展其实没有那么高大上，当时雇了两个人，打了一辆黄面的，临时拼凑的‘三人行’，带了一桶石灰水，拿着软尺开始画场地，画完以后在每家的场地上写上汉字，比如‘润华’，这样就布好展了。”韩亮清晰记得初次布展的画面，一家参展商一般展位面积可放三辆车，车型少、款式单调，剩下的车放在展位后面的空地上，一个车展下来，车库空空如也，钱包鼓鼓囊囊，参展商眉笑颜开，凯旋而归。

“进车进少了，好多订单都不敢接了，下次得多进些。”在一届车展上，山东新广源集团董事长宋祥明一边聊天一边搓手，感叹车进少了。齐鲁车展一般举办三天，两天半的时候就会有人申请撤展，理由是车已售罄，无车可卖。有的参展商拿着蛇皮袋子去银行存钱，由内而外的喜悦挂在脸上，甜在嘴上，都会主动跟主办方打个招呼传个捷报。

“关于车展，我们的想法很简单也很坚定，让消费者买更实惠的车，让参展商卖尽可能多的车。”韩亮平和地说。

甜蜜的烦恼：不变的展位，进不来的人

韩亮回忆，参加车展那些年宋祥明从来都是定同一个位置，从第一次参加齐鲁车展以来，每届一结束就让预留下一届的同一位置，年年如此。“这是汽车行业的特点，很多参展商这些年展位地方不变。”上汽大众是20年39届车展一届未落的参展商，对齐鲁车展有着特别的感情。

齐鲁车展的交易量，一度成为汽车圈的“传奇”——不管车市高歌猛进也好，“哀鸿遍野”也罢，齐鲁车展总能为参展商带来情理之中的惊喜。

“齐鲁车展能卖车”的法则对引领行业的主流品牌适用，对昙花一现的边缘品牌也适用。东风日产济南销售商做过统计，他们一年中汽车销量的三分之一来自齐鲁车展；车市中短暂存在的黄海汽车、东风小王子等品牌，时任齐鲁晚报记者的韩亮采访得知，类似的品牌参加一届车展相当于平时三四个月的销量，“他们一般过完年就开始攒钱，参加春季车展，春季车展结束后开始攒钱参加秋季车展，两届车展下来，一年的任务完成了。”但是这些品牌消失了，特别是近两年，车市洗牌的步伐在加快，每年都有近十个品牌消失，铃木、DS雪铁龙、纳智捷、东风标致、宝沃等批量品牌消失，这对齐鲁车展也是一种考验。

车市如股市，风云变幻，在瞬息万变的时代浪潮中，有的品牌消失，有的品牌诞生，而“齐鲁车展能卖车”这一“活的灵魂”一直传承，为此参展商蜂拥而至，组委会却一度平添了甜蜜的烦恼——展馆面积有限，展馆内的品牌几乎不动，不少品牌想参展但限于展馆面积，只能在馆外布展，“对销量和品牌形象的影响还是很大的，每次车展都为这事儿惆怅，挺惭愧的。”

看得见的未来：家门口的国际化，不容错过的嘉年华

就在今年，济南西部国际会展中心投入使用。齐鲁车展组委会的烦恼解决了，但全新的开始也面临全新挑战。

11日，采访期间，韩亮把桌上的展位图展示给记者，上面清晰地标记每个展位的参展商、面积，记者看到展位面积在800-1000平方米的14个大型展位已被一汽丰田、奔驰等订满，“以前我们几乎没有这种规模展位，本届开始条件允许了，不管在展位设置上还是整个车展的规格上都将进行全新升级，有了国际化展馆我们就打造国际化展会，让济南市民在家门口赏国际展。”韩亮称，2019年的齐鲁秋季车展将从展馆布局、业态融合、软件包装、汽车文化等方面以国际化标准综合呈现。

目前已经敲定的车展项目有高峰论坛、改装车大赛、无人驾驶等高科技产品现场体验，另外金融、房产、旅游等综合业态呈现，让山东居民在吃喝玩乐中享受齐鲁车展嘉年华。

根植车展20年，国际国内的车展参加得太多，韩亮一直有些遗憾的是齐鲁车展的规格与理想中的期望值有距离，他希望齐鲁车展的规格能够更高，达到国际化车展的水准。而今秋，梦圆。

“这一切升级改造，绝不会忽略齐鲁车展的灵魂——让消费者买到更实惠的车，让参展商卖尽可能多的车。”韩亮强调。



继往开来 聚力赋能

新中国成立70周年
暨齐鲁车展20周年
系列人物专访

