



编者按:

在中国汽车工业蓄力发展的路上,山东这块庞大的消费版图始终逃不开一个平台的影响力:齐鲁车展。自1999年第一届齐鲁车展起,栉风沐雨20年,她见证了山东汽车市场从少到多、从高端到平民、从奢侈品到家用件的变化。多年位居全国前三的山东汽车消费市场,“齐鲁车展”不仅搭建了平台,还传播了品牌,支持了国产,使山东成为各个品牌的“家”。

“买车就去齐鲁车展”自然也成为业界和消费者口口相传的名片。2019年是齐鲁车展创办20周年,西部新展馆的启用在传承过往为消费者找车的同时,也契合了汽车厂家形象推广的迫切需求。凡是过往,皆为序章。20年来有哪些酸甜苦辣,未来又会有怎样的突破和变革,本报特推出“齐鲁车展20年系列报道”,专访汽车圈资深从业者,不忘过去,启迪未来。

开篇推出齐鲁车展创始人:齐鲁晚报副总经理辛升,让我们跟着他回到20年前,那是怎样一个机遇奠定了齐鲁车展的基石?

解密齐鲁车展成功密码

1999年,那还是个大街上奔跑着夏利、捷达、富康的年代,桑塔纳2000作为高端商务用车驰骋在并不宽敞的马路上,总能博得更多眼球。同年,在众人的不解中,齐鲁首届车展办起来了,至今20个年头,初心从未改变。

而齐鲁车展和齐鲁晚报汽车版创始人辛升,见证了山东车市的风雪彩虹,今天,我们走进这位齐鲁车展元老,挖掘二十年的成功密码。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 王瑞超

开创纪元——一炮打响齐鲁首届车展

上世纪末,齐鲁晚报专刊部成立以后,时任专刊编辑的辛升接了在当时读者评选排名最后一位的汽车版。“我当时对汽车一窍不通,就爱琢磨,1998年齐鲁首届房展成功举办,不如办个车展试试。”辛升告诉记者。

画场地、挂吊旗、摆车……1999年在省体育中心的空水泥地上一个人的布展开始了,当时能来的品牌都来了,奔驰作为豪华车惊艳亮相——水泥地上铺地板、时尚车模、绚丽射灯,“整个展位美极了!在那个年代真是具有颠覆意义。”相比于其它车企的单纯摆车,奔驰的华贵气质在齐鲁首届车展上绚丽绽放。

“人山人海,太壮观了!”车展首日上午10时许,辛升开车从刚修好的省体育中心高架桥上俯瞰,感慨万千。

记得有个画面特别清晰,时任上汽大众山东区域销售总经理的傅利国车展上遇到一个顾客,“周末银行不上班,我周一提钱再买,还有2000块钱的优惠吗?”“有!”傅利国斩钉截铁地回答,顾客满意而归,不一会儿又回来了,拿着纸和笔,“不行,你得给我签个字,别周一不承认了。”傅利国笑着签了字。

“有幸参加了齐鲁首届车展,当时我们的长安铃木车展上卖得很好,那天还下雨了,条幅掉了,跟辛总我们一块去扯条幅。”济南快爱特董事长吉忠阳作为齐鲁晚报的老朋友,回忆起20年的画面历历在目。

齐鲁首届车展,参展商为上海大众、一汽夏利等十余家,车型也只有老三样,夏利、奥拓等,以现在的眼光看,这届车展极为简陋——场馆外、马路边、轿车面包车连成片,画场地、挂吊旗、讨价还价“赶大集”;与现在我们感受的时尚、尖端、华美十分违和,但这却是山东省第一次真正意义上的汽车展会,开创了齐鲁车展的纪元。

活的灵魂——简陋也卖车,豪华也卖车

齐鲁首届车展当时条件使然,简陋自不必说;可是那届简陋的“地毯式”车展售车数百台,参展商的库存空了,辛升回忆当时参展商的反映:“没想到第一次参加就卖得这么好!”“真后悔该多存些车来!”在参展商的惊喜与悔意里,我们读出这数百台在彼时的意义。

从此在业内打响了“山东车展能卖车”的口碑,“买车就去齐鲁车展”的消费习惯从那时起就埋下了深深的种子。

之后的几届车展都是在山东省体育中心露天举行,各参展商的行头最多就是一块红地毯加一块背景板,奥迪、别克紧挨着昌河和松花江面包车,高档进口车前边堵着皮卡车,卖车的手拿一叠资料站在展位前吆喝,买车的像挑大白菜一样讨价还价,挑挑拣拣,整个车展现场像极了一个大型菜市场,被戏称为“地摊式”车展。

2003年,齐鲁车展“登堂入室”,搬到了正规的室内展馆举行。展会的规格和档次大幅提升,因为车展销量可观,一些厂家把参加全国顶级车展的展具给经销商拿来齐鲁车展使用,少则几十万、多则百余万的展具把齐鲁车展推向豪华,展馆硬件设施和展台布置也可媲美全国性的大型车展。

简陋也卖车,豪华也卖车。卖车成为齐鲁车展活的灵魂。

成功密码——大家好才是真的好

由开办之初的一年一届,到2002年起的每年春秋两届,后来有了岁末车展,到如今的春夏秋冬、地市车展等,齐鲁车展不断创新,自我超越,在齐鲁大地领跑二十载的成功密码是什么?

面对记者的提问,辛升意味深长地说:“从首届车展开始,慢慢摸索,发现齐鲁车展要走得远就要多方共赢——消费者赢实惠、经销商赢销量、厂家赢影响力、媒体赢号召力,大家好才是真的好。”

作为山东汽车发展的见证者、记录者,谈起山东汽车市场的特点,辛升饱含感情地说:“咱山东的路好,村村通公路,这一点对汽车行业至关重要。”山东16市,暂不说济青烟,像临沂、潍坊等体量都很大;另外,山东没有本土汽车厂商,不存在地方保护主义;尤其近年来,民族汽车品牌崛起,山东又是一块富矿,“咱山东人讲民族情怀,对民族汽车品牌看好也拥护。”

山东历来是汽车销售大省,统计数据显示,2017年初,山东汽车保有量就达到了1754.3万辆,排名全国第一。并且山东还有三个城市机动车保有量超过200万辆,与广东一起并列全国第一。换句话说,每6个山东人中,就有一人拥有1辆私家车。相比之下,我国平均10个人才拥有1辆私家车,可见山东人还是非常偏爱汽车的。



凡是过往

齐鲁车展20周年
系列人物专访

皆序章

