

周书坤：坚守信念，追求卓越



周书坤：周口比亚迪亿顺 4S 店营销总监，稳重、英俊、年轻有为，是汽车行业的一位领军人物。近日，记者采访了刚刚荣获“2011 年周口车市风云人物”的周口比亚迪亿顺 4S 店营销总监周书坤（以下简称周总）。

记者：周总，请您简单介绍一下比亚迪亿顺 4S 店的基本情况？

周总：周口市亿顺汽车销售服务有限公司成立于 2008 年，位于周口市太昊西路，是集整车销售、售后服务、零部件供应、信息反馈为一体的股份制企业。拥有先进的汽车营销理念及先进的维修、检测设备和完善的内部

管理机制，优质的销售与售后服务，覆盖八县一市一区的销售服务网络。

记者：刚刚过去的一年，贵公司取得了良好的业绩，您能介绍一下公司的经营理念吗？

周总：首先，一个企业的成功离不开一套独特的经营理念。我们本着“诚信经营、创新发展、追求卓越、人性化的售后服务”的经营理念 and 思路，短短几年时间，取得了良好的营销业绩，得到了比亚迪总公司的大力支持和充分肯定，多次被评为“全国第一，服务质量及技术标榜店”。

记者：身为汽车行业的领军人物，又对汽车营销有着浓厚的兴趣，请您简单介绍一下汽车营销学？

周总：汽车营销学主要包括汽车企业的战略规划和营销管理、汽车市场营销环境、汽车市场与用户购买行为、汽车市场调研与预测、寻找市场机会和定位。营销是一门科学，同时也是充满艺术的学问，从中发现题材、获得灵感、巧妙组织、活用资源，并最终能为我所用，创造出概念、模式，以极有限的成本投入获得最大的利益，这就是汽车营销管理需要解决的问题。如何实现营销的差异化，通过差异化营销创造价值增值，是所有汽车营销管理人员必须要深入研究的。

记者：目前汽车市场竞争激烈，对于新一年的车市，您如何看待和把握？

周总：“有多大胆就有多大产”，这是外界对亿顺的评价。其实对于中国汽车市场的未来而言，平均每一个家庭拥有两部车是完全有可能的。中国拥有 13 亿人口，其市场永远都是全世界最大的。扎根中国，市场无限大。当今车市竞争非常激烈，重要的是看准方向，果断出手，然后坚定不移的向前发展，我们会全力以赴发展汽车营销体系。

（见习记者 刘超玲）

韩锦友：我们的长城永不倒



韩锦友：周口亚伟汽车销售服务有限公司总经理。1995 年开始经营摩托车行业，历经 15 年，打造成为当地的摩托车品牌销售先锋。2010 年，眼看摩托车行业逐渐下滑，果断出手转为汽车销售服务行业，代理周口区域长城汽车集售前、售后服务、维修于一体的 4S 店，现经营两年，公司壮大扩展为两个长城汽车 4S 店。

周口亚伟汽车销售服务有限公司是按照高标准规划，高起点建设的长城汽车 4S 店，公司占地面积 3458 平方米，建筑面积 2300 平方米，其中轿车展厅 632 平方米，越野车展厅面积 434 平方米，维修车间 946 平方米，并配有客户休息区、贵宾室等，为客户提供全方位、完善的服务。

谈到对当前汽车行业的看法，韩锦友说，2010 年我国汽车产销双超 1800 万辆，再创新高。业内资深专家认为，中国汽车业起步虽晚，但发展速度惊人，最近 20 年来，汽车产销量年均增长 20% 以上，最近两年更是在千万辆规模的基础上，以 30%~40% 以上的速度高速增长。这足以证明，我国汽车市场有着广阔的发展空间。提到长城今年的计划，韩锦友表示，他们公司最近将增大营销力度，秉承务实的态度，以稳扎稳打的方式多做户外宣传活动，把长城汽车的品牌与实力推向更多的汽车发烧友，让更多的市民了解长城汽车的品质，让越来越多的市民感受到长城汽车的诚意。

今年将有两款新车上市：腾翼 C50 及越野系列哈弗 M3。腾翼 C50 是长城汽车首款 1.5 排量 T 动力汽车，满足了不同消费者的需求，韩锦友坚信，其销量绝对不会亚于哈弗 H6！

韩锦友还说：“自从长城汽车 4S 店于 2010 年正式落户周口后，我们秉承‘每天进步

一点点’的理念，以严谨、务实的工作态度，取得了不错的成绩，但是我们将会戒骄戒躁，继续提高自己的服务水平，让每一位长城汽车的用户能在最短的时间里得到最贴心的服务。面对 2012 年，我们会更加努力，提高服务质量和客户满意度。”谈话中，我们充分感受到了韩锦友的热情，这份热情不正是长城汽车奋发向上的动力吗？这份热情不正是国产汽车蒸蒸日上的动力吗？相信正是因为这股动力，我们的长城才永不倒。

韩锦友说：“长城在变，我也在变。这两年在长城汽车工作的变化，也正是长城汽车严谨、务实的执行理念，增加了我的归属感。也正是长城汽车公司区域经理的监督与指导，让公司一步步壮大成长，让我更有信心！”

（见习记者 乔乔）

公车尾号限行 非强制引争议

近日，由 17 个部委联合制定的《“十二五”节能减排全民行动方案》下发地方。方案中表示，“十二五”期间将加快推进公务用车制度改革，全国政府机构公务用车将每周限行一天，并倡导机关工作人员出行在 5 公里内乘坐公共交通工具。

方案中表示，根据公务用车的配置标准和编制数量及时更新购车计划，严禁超标准、超编制采购公务用车，提高新增公务车中小排量和清洁能源汽车比例。根据节能减排政府机构行动计划，全国政府机构公务用车按号牌尾数每周少开一天，开展公务自行车试点，机关工作人员每月少开一天车，并倡导“135”出行方案，即 1 公里以内步行，3 公里以内骑自行车，5 公里以内乘坐公共交通工具。然而，由于并非强制限行，而只是倡导，让不少市民认为这与对私家车采取强制限行的政策相比，相差甚远。

点评：民众产生这些想法很正常，因为现在有些城市已经对社会上的私家车强制限制了，好不容易制定了一个方案对公车进行限行，却只是倡导。而且，机关单位使用公车是为广大市民服务的，花费的是消费者的纳税钱，私家车花费的则是消费者自己的血汗钱。不过这个方案原本就不具备可执行性。因为，方案中并没有制定公务车违规的处罚措施，也没有监管部门，公车限行从何谈起？而且照这个限行办法来推理，每周都有五分之一的公务车是“躺”在车库里的话，那是不是说明公车数量有闲余？如果这样的话，那下一步就应该直接拍卖了。说到这个，又与一直都没有答案的公车数量有关了。相反，如果你把这个方案更多地看做是示范作用，会合理些。但同时也引发了一个争论——在对私家车进行强制限行之前，是否应该先对公车限行？（羊晚）

京东商城卖车，300 台 smart 仅在线销售

近日，京东商城联合梅赛德斯奔驰（中国）汽车销售有限公司宣布，推出特别定制的 300 台 smart 汽车，并且仅在京东商城在线销售，线下的 4S 店内并无此款车出售。

据了解，该款 smart 汽车售价 14.9888 万元，从 2 月 10 日起，消费者可登录京东商城查看车型信息及活动详情，并于 2 月 20 日~2 月 22 日下单抢购。下单成功的消费者，需在京东商城支付 1000 元预付款，并同时约定去 4S 店看车、试车并付款购车的时间，签署合同和交易地点均在 4S 店完成。

点评：初看到这个消息，似乎觉得不靠谱。网上卖车，线下的 4S 店却并无此车销售，谁会不看看实车就去买车？也许，这只是京东商城的一个宣传手段而已。不过，记者从云计算专家处了解到，其实网上卖车在国外一些国家早已不是新鲜事，不过是二手车。根据数据显示，早在 2010 年，美国二手车网上交易量已经达到了 4000 万至 6000 万辆，占到了整个二手车交易量的 5 倍。其实，搭建二手车交易平台并不难，而目前面临的支付问题、物流问题等都不是最大的障碍。真正的问题是消费者的心理，因为大家习惯亲自到店购买，却并不习惯于用网络去交易。在中国网上购车何时才不是个噱头？这很难说。（小华）

中国汽车产能 四年后将严重过剩？

毕马威最新发表的调查报告指出，2016 年，中国汽车市场将会是金砖四国“巴西、俄罗斯、印度及中国”中供过于求问题最严重的国家。

其实，关于中国汽车产能“结构性过剩”的担忧或者说法，在国内业界一直存在。据统计，2015 年中国汽车产能将达到 3250 万辆，这意味着 3 年后，汽车年销量要增长一倍。但去年的汽车市场来看，前几年的高速增长长期已经结束，转入低速增长的回落调整期。据了解，这个对于中国车市 2016 年的预测，来自毕马威发布的第十三份全球汽车业高管人员年度调查报告。该调查访问了全球 200 名汽车业高管人员，其中有超过一半的受访者认为，产能过剩及供过于求将是中国未来面临的主要问题。（张方）

