

## 潜心笃志 一路高歌

——访郑州日报2013车市风云人物、领军人物获奖者

本报记者 苏立萌

2013年,中国车市销量让业界欣慰。为见证2013年度郑州车市精英的傲人业绩,展现他们的非凡成就,郑州日报2013年度车市评选特针对表现不凡的企业、实力不俗的汽车销售人进行最具影响力、最具权威性、最具规格的深度评选,从中选出堪称行业王者的风云人物、领军人物。此次评选的获奖人物,他们一直奋战在中原车市,以促进品牌发展、铸就企业辉煌为己任,不遗余力地推动汽车行业和汽车市场的繁荣,为中原地区汽车产业的发展注入了强劲动力。回望2013年,他们雄踞中原腹地,潜心笃志为汽车事业贡献力量,用智慧和行动在波澜壮阔的汽车市场写下辉煌历程。为充分展示中原汽车人的卓越风范,记者对获奖人物中颇具代表性的行业翘楚进行了深入采访。



### 年度风云人物获奖者



孙开东  
河南新裕隆汽车销售服务有限公司董事长



董政  
河南裕华江南汽车销售服务有限公司董事长



李光亮 河南天行健集团董事长

这位从1999年便踏入汽车圈的资深汽车人,做事向来雷厉风行。为在汽车市场一展宏图,2009年,对市场走向有着准确把握的李光亮,经过深思熟虑,毅然辞去所在集团常务副总的职务,在中原腹地建立了融入他心血、承载他理想的汽车企业——河南天行健集团。至今,他与自己的集团已然傲居中原车市之巅。

在河南天行健成立之初,中原汽车市场已经群雄林立,作为后来者,要在市场中占据一席之地,李光亮认为“只有努力拼搏”,为此他把指引自己前行的座右铭:“天行健,君子以自强不息;地势坤,君子以厚德载物”(出自《周易》),定为河南天行健的企业文化,旨在时刻提醒自己以及团队要奋发图强。

汽车租赁市场的问题,并没有让李光亮退缩,他依然看好汽车行业前景。就在2013年,他成立了二手车公司,另外还有汽车租赁公司。这就是他精心打造出的交易圈。他分析,“公车改革政策全面推行之后,政府单位以及大型企业购车数量减少,那么,在急需用车的时候,租赁就是一个绝佳选择。而且,随着形势的发展,租赁行业的发展前景不容小觑。”

李光亮在指导企业发展的过程中,展现出的谋略、爆发出的实力,让业界看到这个新车、二手车、租赁均有涉及的企业的发展潜力。

“市场上很多东西不是企业所能左右的。”对于目前的新车市场现状,李光亮说。同时,他强调,企业应该在售后方面,特别是在体现便民、便捷、效益、高效等方面的服务措施,应该加以扩张,如社区小型快修店等,这种方式比4S店更能适应市场。“未来我们将继续挖潜汽车后市场,特别是售后服务以及维修服务方面,同时,对品牌进行网络下沉,征战县级市场。”

“少说多做,于行进之中休整自我。”这是他对自己的总结,“之所以这几年的时间从一家店发展到十几家店,关键是我能够快速地进行。”

职业感言:作为后来者,只有努力拼搏。



### 年度领军人物获奖者

#### 诚信经营 打造行业标杆



贾敏锐  
河南启乘名车广场总经理

说起二手车车企,就不得不说目前中原地区最大的豪华二手车展厅——河南启乘名车广场。

在河南启乘名车广场成立之初,贾敏锐就向团队强调,要全身心地投入到启乘的事业中,致力于把诚信贯穿于所有环节的启乘打造成引领整个行业健康发展的一个标杆。正是他这

种富有魄力的领导,使实力雄厚的启乘成为中原二手车市场乃至新车市场备受瞩目的二手车经销商。他坦言,“别人都在看中原最大的豪华二手车展厅是怎么做的。包括经营理念、技术标准、售后服务等等。要成为行业的引领者,就不能有任何的闪失。”

在服务上,他有着自己的见解。“服务不能仅仅停留在销售和售后层面,并不是销售人员拥有良好的态度就能称之为服务优质。”贾敏锐认为,应该让消费者在跨进店里的第一步就感受到家的温馨,这才叫服务。而要实现这种温馨,展厅布局、店内温度、销售服务等诸多细节必须考虑周全。

对于启乘发展中遇到的细节问题以及其他关乎企业发展的难题,他都放心地交给他的团队去解决,这是他对团队的信任。

“在这里,员工拥有良好的福利待遇。此外,还为大家提供公平公正的晋升平台。”贾敏锐说,“家族企业、裙带关系等企业顽疾不会在启乘出现。”正是如此,贾敏锐打造的这个团队拥有很多企业团队所无法比拟的凝聚力、向心力、战斗力。

谈到整个团队,贾敏锐的话语中流露中赞许,“在我看来,领军人物这个荣誉,属于整个团队。启乘的销量、服务,能够在开业之初就出类拔萃,整个团队功不可没。”

这位时常教导团队“跳出汽车做汽车,跳出销售做销售”、建立任人唯贤用人机制的领导者,在中原消费者打造诚信二手车企的同时,时刻不忘改变二手车市场“散、乱、差”现状的使命。他期望“启乘的整个管理体系,能够像肯德基的模式一样可以复制”,期望“启乘能够拥有颠覆行业传统模式的创新商业模式”。为此,低调、随和的贾敏锐时时刻刻践行着当初的理念。当然,在此期间,他还将为消费者带来了更多的便捷和惊喜,“2014年启乘将在郑州建立第二个二手车展厅,同时还将匹配近万平方米的保养售后中心以及两万平方米的仓储物流中心。洛阳、南阳市场也将在2014年正式启动。此外,我们的汽车保险代理公司已正式投入运营。启乘为消费者打造的将是一个便利的全产业链。”

职业感言:跳出汽车做汽车,跳出销售做销售。

#### 敢想敢做 精耕汽车市场

作为企业的掌舵者,看着企业从无到有,从小到大,从弱到强,是一种无法言喻的感情。当何洪涛谈到自己的企业,眼神中流露出的有坚毅,有自豪,也有对未来的自信。

2008年,经营东风乘用车风神品牌轿车的亿泉公司成立,何洪涛带领企业从一开始的种子经销商,到全国标兵专营店,到现在的综合运营白金店,伴随着市场的起伏,经历了从稚嫩到成熟的蜕变。目前,河南亿泉已是郑州、商丘、许昌三地联盟的汽车集团,在精耕细作的现实环境中,具备了区域联盟的较大优势。“作为一家专业的风神4S店,公司现拥有完备的经营管理规范,达到大专以上学历人员60%的高素质的人员配备。”

源于对机械产品的热爱,1995年刚从部队转业到何洪涛进入了汽车行业,而这一进,就从未离开。“机械产品对我有很大的吸引力,转业后毅然选择了汽车行业闯荡。从一开始做东风



何洪涛  
河南亿泉汽车销售服务有限公司总经理

工业用车到现在的家轿,可以说我跟东风公司是一起并肩作战,一同成长的。”说起自己的从业经历,军人出身的他对当初的抉择从不怀疑。部队生活塑造了“敢想敢做”的他,“想什么做什么,想到了立马做,做了就得做好。”何洪涛告诉记者,“部队里的很多东西

在工作中确实有值得借鉴的地方,比如严守纪律,没有任何借口、100%执行等等,这些都是企业很好的管理要求,也是我们发展的必修课。”

谈及亿泉的成功,有着多年行业经验的何洪涛分析称,“企业的成功牵扯到方方面面,就像一部汽车能平稳前行,需要各个部件和各个系统的顺畅协作。”

何洪涛对河南亿泉的未来前景充满信心,但他表示,目前,汽车市场仍然存在诸多问题,面对“市场饱和以及产品、推广同质化的汽车市场,我们需要更深入地挖掘客户需求,不管是新车销售,还是维修服务,都需要从客户的角度思考、分析,然后不断的补充、完善、提高。”同时,他认为不管是他个人和团队成员,都需要“不断地进行自我修正,注意扬长避短,争取把团队的力量发挥到最大来推动亿泉的发展。”

职业感言:想到了立马做,做了就得做好。

#### 转变策略 周密应对竞争



陈宏伟  
郑州中冀斯巴鲁汽车销售有限公司总经理

品牌是什么?在陈宏伟看来,消费者买某一品牌,实质买的是一种产品质量、消费安全的承诺或信用保证。“简单地说,我们卖的不仅是品牌,更是对消费者的承诺。”陈宏伟认为,这是做好一个品牌的关键,也是他从

这十三年的行业经历中提炼出的营销精髓。

“之前,消费者购车理念很传统,但随着人们整体生活水平的提高,以及国家各种分期、金融业务的推出,中国人的消费理念也在不断转变,大大推动了市场的发展。”与此同时,市场需求空间也在发生着变化。

基于消费者观念的转变、市场需求攀升这一背景,品牌宣传策略也必须改变,“品牌推广,已不能仅靠日常的广告、活动促销,更重要的是发展品牌文化和完整的品牌服务理念,只有在广大群众心目中树立良好的品牌形象,产品才能卖好。”陈宏伟分析。

不过,在品牌竞争日趋激烈的今天,要取得决定性胜利,“就必须时刻做好公司内部的管理工作,做好周密

的应对方案,采取合理的应对措施,最终,客户的群体就会越来越大。”陈宏伟深知,作为企业的掌舵者,他的每一个决策都直接影响着企业的命运。对此,他为企业总结了几个成功必备的要素,以时刻提醒自己,在关键时刻做出最有效、最有益的决定。“第一,企业在设立之初就必须有长远的规划,这就需要领导者时刻关注市场动态,从中提炼出有用的信息,冷静分析市场动向;第二,要有强有力的领导团队;第三,要善用行业人才,合理利用员工管理方法;最后,就是必须有创新意识。只有这样才能保证企业拥有辉煌的未来。”

职业感言:卖的不只是品牌,更是对消费者的承诺。

### 远见卓识 书写斐然业绩



王涛 河南通孚祥汽车销售服务有限公司总经理

在中原地区,高端车的销量虽不如中、低档车销量高,但目前为止,一直处于一个持续增长的状态。“从我们店接待客户的情形来看,大家对于产品的需求旺盛。而且随着消费者对高端品牌的推崇,生活水平的提升,我相信将来会有越来越多的民众愿意选择高端品牌汽车。”王涛结合河南通孚祥捷豹路虎4S店近期变化以及市场动向分析称。

捷豹路虎品牌的独特魅力,让王涛对这两个品牌的未来前景信心十足。曾在英国留学的王涛,对英国文化的感触都来自于捷豹路虎这两个品牌。“在英国时就对路虎这个品牌,掌握了很多与品牌相关的东西。后来回到国内,找的第一份工作就是和路虎汽车有关,然后一直到现在。”

“捷豹路虎是从2002年、2003年引进的,到2007年左右,捷豹路虎才逐渐被消费者熟知。”在竞争带来的发展局限中,睿智的他细致分析市场、研究对策,转变营销思路,赢得众多消费者的关注。据王涛介绍,2013年郑州通孚祥捷豹路虎4S店在各方面的业绩都持续增长,超越同期。

作为企业总经理,王涛认为销售和服务是一个综合体,销量的提升有一部分是基于优质的服务。因此在发展中,他更注重为客户建立一个长期的服务机制,“毕竟大家买车之后更多的是在用,售后服务很重要。”他说,“只有赢得消费者对产品、对服务的认可,我们才能实现在进口车相对平稳阶段保持良好的品牌形象、良好的业绩。”

职业感言:为客户建立一个长期的服务机制。



秦建飞  
河南华达汽车销售服务有限公司总经理



岳绍亮  
河南广发汽车销售服务有限公司总经理

### 销量跨越10万 启辰速度刷新行业纪录

本报讯 近日,100258辆的数字清晰地显示了在东风日产启辰品牌销量监测系统的屏幕上。这不仅表示启辰品牌完成了2013年全年10万辆的销量目标,更意味着启辰成为最快达成年产销10万辆规模的中国汽车品牌。

自2012年4月底首款车型上市以来,在过去的一年半时间里,启辰以每半年环比增长50%的速度在车市高歌猛进,在第一个完整销售年度就一举跨越年产销10万辆的“门槛”。

在启辰品牌达成年产销10万辆的同时,东风日产双品牌年度整体销量90万辆的喜讯紧随而来。“在第一个完整销售年度,启辰品牌对企业整体销量的贡献度已经超过了10%,成为东风日产重要的增长极。”东风日产乘用车公司副总经理任勇表示,“东风日产的双品牌战略已经进入收获期。我们有信心,随着启辰品牌深度发育,两大品牌联手将为中国消费者创造更多精彩。” (陈仪)