

2013 广州国际车展 特别报道



现代快报记者与徐育林合影

在广州车展上，广汽菲亚特一款菲翔车在众多新车中格外引人注目，香槟色的外观酷炫时尚，有人用时下流行的“土豪金”形容这款车，而执掌销售的广汽菲亚特副总经理兼销售部高级总监徐育林自然也被戏称为“土豪金”老总。其实徐育林的经历同样引人关注，他毕业于武汉大学法语系，从事的却是与专业完全不同的汽车营销工作，他曾广州本田工作过10年，是广汽本田的第一任销售科长，在广州标致工作过8年、广汽传祺工作过4年，是位久经沙场的汽车人。会说法语的老总如何热卖“土豪金”？10月份和11月份，徐育林在南京和广州两次接受了现代快报记者专访，揭开了他作为菲翔高层“神秘的面纱”。

现代快报记者 徐悦 倪泳

冲击“万台俱乐部”：育林的“御林军”

广汽菲亚特副总经理徐育林对话快报：创新4S店体系永远是营销王牌

唉，好车没赶上一个好年代

2010年12月20日，广汽集团拥有全部知识产权的首款战略车型广汽传祺正式上市，这是广汽乘用车的“开山之作”。

广汽乘用车为传祺量身打造了一系列的营销策略：从豪掷6亿元成为亚运会高级合作伙伴，到亚运会高级礼宾接待用车选定传祺；从亚洲第一塔亮灯到海心沙上市，广汽集团以大舞台、大事件的“大营销”战略，希望以此打造品牌，铺就广汽传祺的未来之路。

但2011年汽车市场的态势却是严峻的。年初车市优惠政策退市，同时出现了油价上涨、限车治堵等不利因素，“传祺的好车，但却没能赶上一个好年代。”当时很多业内人士发出感慨。面对3万辆的销量目标，时

从4S到“4S+S”的传奇

作为全国首家4S店的开拓者，徐育林认为，产品力+渠道力才能发挥出产品的最大优势。随着市场的变化，传统的4S模式已经不能适应要求，他提出“4S+S”模式，即采用品牌专营的4S店+卫星店(Satellite)集群网络销售模式，解决了单纯一个4S店成本过高、1S店展厅形象欠佳的多层难题。

这一模式，在保障经销商利益的同时，又能最大化地给车主带来维修保养的便利性，实现了消费者、经销商、企业利益的全面保障。

与合资品牌更多集中在一二线城市不同，传祺更多集中在三四线城市，“4S+S”集

群网络营销模式以提升服务品质和灵活扩张为着力点，确保经销商、消费者、企业之间的利益均衡，取得了很大的成功。在较短的时间里，广汽乘用车的经销商网络渠道增加15家，加上与传祺上市同步开业的50家经销商店，总共达到65家。

2012年传祺的销量比2011年翻了两番，特别是主打的GS5SUV，2012年11月份，月销量超过4000辆，12月份超过了5000辆，到2013年1月份月销量超过六千台，而在国产车里，SUV十五万价格级别里一个月超过三千台都找不到，创造了让业界震惊的业绩，谱写了传祺的传奇。

任广汽乘用车总经理助理、销售部部长的徐育林感到压力巨大。古人云：不善谋一役者，不足以谋全局。徐育林通过自己的观察和思索，吸取自己在合资企业中的经验，为传祺的逆市突围谋篇布局。他认为：“资金有限，每一笔资金花下去的时候，我们必须看到相应的效果。”

他开始进行渠道创新。以往一个新品牌的厂商和经销商要达到完全默契的程度，至少要五年的时间，这对传祺来说是非常不利的，因为一个新4S店起码需要两三年的成长时间。另外要达到销售目标，除了产品，还需通过加强硬件和服务来实现，怎么办？徐育林认为，抓渠道建设是关键。

南京永远是菲亚特的又一个“故乡”

10月20日，广汽菲亚特南京锐店开业，自2007年阔别南京6载后，菲亚特品牌又重新出现在人们面前。现在菲亚特在南京的销售情况非常好，菲亚特在南京人心中是一款不可多得的好车。徐育林说，南京永远是菲亚特的又一个“故乡”，他希望经常到南京来看看，甚至考虑今后将新车上市仪式安排在南京。

今年7月份，徐育林刚到广汽菲亚特就任时，一大堆难题就摆在了他的面前。品牌知名度低，很多人甚至都没有听说过广汽菲亚特；认知度更低；产品短缺，销售的只有进口车中型SUV菲跃、小型车菲亚特500和博悦，以及国产车菲翔四款车。去年销量只有1.3万辆，不及国内热销中级车一个月的销量，菲翔月销量只有4000辆，低于预期。有人形容为：“一流的材料、一流的工艺，却是二流、三流的销量”。

半年销量翻一倍，“万台俱乐部”不远了

今年广汽菲亚特签约170家经销商，明年要新增50家，除了有一级网络以外，徐育林还倡导做二级网络，把渠道下沉到更小的城市里面去。今年建立100个二级网点或者单独的展厅，明年二级网点增加到200个，使一级和二级网点达到1:2的比例。鼓励同一个经销商多开一些展厅，多做一些二级的网点，并在试驾、金融手段、库存车盘点等方面给经销商更多的支持，使一级网络和二级网络形成互补。这一系列举措产生了明显的效果，菲翔

更棘手的是，包括团队组建等基础性工作，都需要重新开始。“首先要有人，没有合适的团队怎么去打仗？”徐育林说。他面临巧妇难为无米之炊的状况。

徐育林习惯把销售比做一场战争，认为势力弱小时不能设置太多条条框框，而需要放手让最前线的人去打。兵法云：徐如林，疾如风。如果说，在广汽传祺徐育林采取的是严谨而有章法的作战方式，那么到了广汽菲亚特，他表现出了雷厉风行、兵贵神速的大将作风。

他认为广汽菲亚特虽然年轻，但不缺资源，但守着一堆优势资源却没有将它淋漓尽致地发挥，渠道为王，要卖车首先必须要有渠道。面对广汽菲亚特的现状，徐育林上任伊始就率先进行营销渠道改革，提出要进行大区制组织架构调整和渠道下沉推动营销。

上一个月的销量近5000台，比年初翻了一倍，12月份预计可以达到6000台左右，与其他竞争对手相比，就单一车型1.4T版本来说，销量排在第一。从9月份开始广汽菲亚特整体销量开始上升，10月份继续上升。目前广汽菲亚特的销量跟今年前8个月的月均销量相比已经增长了52%，徐育林的目标是最后两个月达到70%。今年下半年将在上半年的基础上翻一倍，明年他的目标是在今年的基础上再翻一倍，让广汽菲亚特踏进“万台俱乐部”。

好车、好价、好礼、Mazda6 值得推荐

岁末将至，又到了购车者享受“饕餮盛宴”的时候。各大汽车厂商纷纷用极具诱惑力的优惠促销吸引广大消费者，力求为一年的努力画上一个圆满的句号。作为消费者此时也的确是购车的最好时机，但要在眼花缭乱的信息当中筛选出既实惠又有品质的车型也不是一件容易的事。下面小编就为大家推荐一款性价比比较高的B级车——2013款Mazda6。

Mazda6“好车、好价”雄视A级车市

在诸多品牌中，对于正在考虑购买家用轿车的消费者来说，2013款Mazda6绝对是值得推荐的一款。作为一款开创运动型家轿细分市场经典B级车型，Mazda6是最早将时尚设计带入中国车市的车型之一，生产工艺日臻完美，成本自然下降，消费者的实惠也会越来越多。2013款Mazda6以其12.98万元起价以及经典B级车品质的超高性能比，在刚刚过去的车市旺季9月和10月均大获全胜，实现高速增长，其中9月销量同比提升15%，环比提升31%。

在12-16万元价位的车型中，绝大部分都是A级车，相比之下，装备2.0L发动机的新款Mazda6，12.98万元的起价着实降低了入手门槛。2013款Mazda6于今年7月1日上市，推出了手动、时尚、超豪华三款车型，以其优良操控和超高性能比迅速引发市场关注，同时在经典造型、动感内饰、安全设计等多个方面提升了车型综合价值。相比于A级车，新款Mazda6有着先天的优势，6安全气囊以及“弯道王”美誉都是其制胜法宝。

其动力方面延续了原有配置，配备MZR2.0发动机，最大输出功率高达108千瓦，最大扭矩为183牛·米/米。最高安全时速达到211公里，0-100公里的加速时间则仅为9.7秒。而且其有着“弯道之王”的美誉，运动型悬架设置并加装感应型动力转向系统，在弯道

行驶更加的稳定。在安全性上，Mazda6 2013款的主动安全方面，拥有37米的制动距离和完备的高科技电子装备，7英寸触摸屏和倒车影像的装备，保证倒车安全。而被动安全方面，拥有独特的3H高刚度车身、6安全气囊、防侵入式制动踏板等，可谓配备齐全，令驾车者安全无忧。

Mazda6促销好礼“价值、诚意”一个不少

据了解，受到汽车新“三包”政策出台刺激购买力集中释放以及多地限购政策可能出台的预期等综合因素的影响，近几个月车市销量持续走高，在这种情况下，不少厂商都降低了促销的力度，整体来看，车型优惠的整体幅度与往年相比有“缩水”之嫌，一些品牌从让利幅度上看，要么实际价值甚微，要么就是“假促销”，很难对消费者的购买欲求形成冲击。

而2013款Mazda6近期推出的促销政策就要“实诚”得多。其不但推出了四种可供选择的金融大礼，最低首付仅2.8万元，最低月供仅为2000元，就可以将2013款Mazda6开回家，在性价比方面可谓一骑绝尘，而且近期又推出5重豪礼回馈，这5重豪礼回馈内容包括：购买Mazda6，增配导航功能；购买睿翼可享受万元购置税补贴；购买Mazda6或睿翼车型，赠送新车交强险；使用现有旧车换购睿翼车型可享受6000元置换补贴；购买Mazda6或睿翼车型，可享受18-24期“零利率零手续费”信贷政策。这样的“好礼促销”带给消费者的是看得见的实惠，让广大购车人很难不动心。

2013款Mazda6跟竞争品牌相比，推出的促销政策可谓“车品优、价格廉、豪礼重”，价值桂冠落在A级车市，广大消费者不约而同选择2013款Mazda6才怪呢。

从2013款Mazda6性能、外观、价格综合来看，性价比很高，在A级车市场中占有强大的优势。从一汽马自达这5重好礼中也可以看到，针对不同的用户，推出了不同的优惠政策，考虑人群比较全面，体现出“以人为本”的宗旨。

金鼎大奖出炉在即

赢取大礼还有机会

经过近一个月时间的选票搜集、专家意见汇总以及市场调研，2013现代快报金鼎奖的评选已经剩下不到一个月时间，有多个候选车型脱颖而出，我们为热情参与投票评选读者准备了神秘大奖，只要你参与投票，就有机会赢取。

中高级车暂居三甲

今年金鼎奖候选车型有一个明显的特点，就是得票最高的车型集中在中高级车部分，其中第九代雅阁、新世代天籁与新蒙迪欧牢牢占据了得票数的前三，而帕萨特·君威等车型紧随其后。多年以来，在金鼎奖评选中的大赢家一直都是中级车，今年是

第一次有如此多的中高级车跻身排行榜前列，这除了说明老百姓购车实力增强之外，换购大潮到来也是重要原因。有读者表示，自己五年前买的小车准备换掉了，目标定在了中高级车上，他十分关注今年金鼎奖的票选结果，这将成为他购车的重要参考。

打造最具价值的车市指南

打造最具参考价值的江苏车市指南，是现代快报设立金鼎奖评选的初衷，也是多年来始终坚持的目标，为此，现代快报车天下的记者在今年的评选中，对江苏的车企、车商、消费者、业内

专家进行走访和调研，了解江苏车主的消费习惯与口味，有业内专家在受访时表示，在这样的流程中评选出来的金鼎奖，对江苏的车企与消费者都十分具有参考意义。

投票办法



- 1.关注现代快报网(www.xdcb.net)汽车频道,点击投票页面可查看候选名单
- 2.编辑奖项+车型,发送短信至1069022996060(按正常通讯费收取)
- 3.扫左边的二维码,关注“现代快报车天下”微信平台,用微信发送您的选票

奥体万人团车惠火热报名

12月7日至8日，奥体中心西便门广场，第31届西祠(奥体)万人团车惠即将华丽来袭。西祠汽车、团车惠汽车网联合五十余家主流汽车品牌，为您打造2013最后一场购车盛宴。

一、上门礼：车展前报名购车客户，到场均可领取精美上门礼一份；报名热线4000915177二、分享礼：

关注“团车惠”官方微信、微博，并转发车展预告，到场即送限量版保温杯一只！三、购车礼：现场购车主办方就送6000元汽车装潢礼包及参展商提供的报名购车礼，如保养券、加油卡等；四、购车大抽奖：现场购车抽奖，百分百有奖！奖品包含境外游、加油卡、GPS等总价值50万惊喜大奖！以上活动详见现场公告。

2013 第六届 南京新庄国展 12月7日-8日 万人选车会

主办：江苏新闻广播 江苏体育休闲频道

马自达三星牌巨献优惠

最高送6000元油卡 活动时间：11月1号-11月30号

南京南特联汽车销售服务有限公司

销售热线：025-85406771 85436582 85329656

暖冬盛惠 一元包牌

尊享 0首付 0利率 0手续费 免担保

意向客户到店看车 五公里范围内免费接送

英伦SC6 49800元起	帝豪ECS 99800元起	帝豪EC7系 65800元起
------------------	------------------	-------------------

南京特生江中店 南京东联大明路店 南京联润江北店 东山东联4S店 帝豪 025-81031078 英伦 025-81031071 帝豪 025-82876396 英伦 025-82820786 吉利全系 025-58538349

2013 第六届 南京新庄国展 12月7日-8日 万人选车会

主办：江苏新闻广播 江苏体育休闲频道

奋起起点 心动首选

中华H230 荣获C-NCAP五星安全认证

朗驰中华&金杯 全球鹰 暖冬盛惠 一元包牌

尊享 0首付 0利率 0手续费 免担保

意向客户到店看车 五公里范围内免费接送

全球鹰 GC7 58900元起	全球鹰 GX7 88900元起	全球鹰 熊猫 36900元起
--------------------	--------------------	-------------------

南京联润全球鹰 大明路店：九龙新村505号 销售热线：025-52632179 江宁店：东山东联4S店 销售热线：025-81031077 江北店：浦珠北路133号 销售热线：025-58538349

岁末冲量 车价让利

第31届 西祠(奥体)冬季 万人团车惠

tuanchehui.xici.net / tuanchehui.net

12月7日~8日 奥体中心西便门广场 (地铁一号线奥体中心站, 免门票入场)

50余家主流品牌, 200多款热门车型, 岁末万人底价团购!

参照4S店联合承诺: 车展团购价低于店头成交价!

购车即送6000元汽车装潢礼包+保养券+加油卡!

千元加油卡/GPS/车载冰箱/全年度/折叠自行车...现场购车100%有奖!

网上报名: tuanchehui.xici.net / tuanchehui.net

微信报名: 按号码或可公众账号 tuanchehui

报名热线: 400-091-5177