

上汽大众旗下,1-8月销售近24万辆

大众品牌SUV8月销量夺双冠



■资讯

神龙公司 深化商务领域改革

9月8日,神龙公司宣布实施商务领域深化改革的组织机构演变和人事任免,东风雪铁龙、东风标致品牌均由原来的10个大区优化整合为5个大区,并强化考核激励机制。

神龙公司此次深化改革是对今年4月商务领域变革的深化和延续,进一步做实大区制,深化区域营销;也是神龙公司适应当前经营发展形势、因时而变提升区域营销效率的重要举措。

此次变革,进一步理顺了商务领域的权责关系和组织职能:强化了商务副总对商务领域整体业绩的直接责任,加强其对下属部门的领导权和考核权;进一步做实大区制,东风雪铁龙、东风标致品牌均由10个大区优化整合为五个大区,设置大区总监岗位,强化大区对所有区域业务的统筹管理;重新进行人岗匹配;强化大客户职能,深入拓展大客户销量;推进激励机制优化创新,出台实施营销领域的薪酬激励政策;加快推进干部管理的职业化和市场化,做到干部能上能下。

2017年是神龙公司的“变革创新”年,面对巨大市场压力与挑战,4月,神龙公司宣布实施商务领域组织机构变革,优化营销管理体制与决策运行机制,按照“营销总部管总,品牌部管建,大区主战”、“责任与权力对等、目标与资源匹配”、“垂直式管理与矩阵式管理相结合,重在强调协同作战”的总体改革思路,集中有限资源要素,加大向营销一线与区域网点倾斜的力度,在着力解决“有人(即经销商)愿意卖,有人(即终端客户)愿意买”两大突出问题的同时,努力实现“三个提升”,即提升面向终端客户的决策效率,提升新型业务快速拓展能力,提升跨职能一体化协同运营效率。

经过5个月的营运实践,市场销售呈现积极变化,集中体现在三个方面:一是网点库存结构“由高位盘整,向低位下探”,库存结构系数持续大幅降低,开始步入良性循环通道;二是区域管控力度不断加大,“飞车”及区域网点恶性竞争现象,得到有效遏制;三是随着东风标致旗舰SUV5008、东风雪铁龙SUV天逸AIR CROSS等全新产品的投放,商务政策更加透明公正、务实高效,产品结构持续优化,销售人气与市场走势日趋向好,经销商的信心日益增强。

神龙公司总经理苏维彬表示,希望通过此次深化改革,为神龙公司营销工作带来新的思路、新的机制、新的方法,并优化资源配置,打造新的团队,全面开创营销工作的新局面。

青年报 程元辉

SUV家族聚合力 款款热销势不可挡

近年来,SUV成为国内市场中最为热门的车型。上汽大众洞察市场走势,在今年相继推出了途观丝绸之路版300TSI、全新途观L与Teramont途昂。大众品牌SUV以家族的阵容征战各细分市场,满足了消费者的差异化需求。

Teramont途昂自3月上市以来持续热销,截至8月,Teramont途昂累计销量已达36,562辆。5个月来,Teramont途昂销量不断刷新纪录,已连续两月实现销售超8000辆,稳固了其在大型SUV市场的领军地位。

今年,全新途观L与途观丝绸之路版“双剑合璧”,势不可挡。短短8个月,途观累计销量突破20万辆,同比增长高达39%。截至8月,途观上市7年来累计销量已突破150万辆,印证了途观在合资SUV市场中的标杆地位。

家族旗舰实力不凡 Teramont途昂强势圈粉

作为大众品牌SUV家族中的实力旗舰,Teramont途昂自去年首亮相来,得到了业界的广泛关注,频繁“上头条”。上市以来,Teramont途昂强劲的产品实力也赢得了用户的认可。

不少车主表示,Teramont途昂很好地解决了其对大7座SUV的刚需。市场上7座中型

SUV往往受限于尺寸,而Teramont途昂解决了这一问题,为消费者带来“黄金第三排”以及充足的储物空间,收获了一致好评。此外,Teramont途昂超凡澎湃的动力、灵活精准的操控、丰富高端的配置进一步成就了其强劲的综合产品实力。

日前,“一带一路 昂扬在

途”大型跨国文化交流活动从安徽黄山启程,Teramont途昂作为媒体报道车队的指定用车,踏上了两万公里的丝路征程。车队行经陕西、甘肃、新疆等省份,面对复杂多变的路况,Teramont途昂以出众实力展现出了作为上汽大众旗舰大型SUV的强者风范。

七年王者传奇继续 全新途观L再掀热潮

德系高端中型SUV全新途观L自1月上市以来,迅速得到消费者的青睐,上市后第二个月销量过万,截至8月累计销售近11.8万辆,并连续数月获得单一合资SUV车型月销冠军。全新途观L拥有强健动感的造型设计、宽阔舒适的空间、全面周全的智能科技、卓越动力与全路况出行能力,陪同车主一

起释放去更大世界的渴望。

自2010年推出以来,途观每一次的升级都引领着SUV市场的变革,全新途观L的到来进一步巩固了途观在合资SUV市场中标杆地位。

近期,全新途观L独家冠名的《最美中国》第二季,带领观众以“大有可观”的精神看遍祖国的大好河山,8省3万多公里的旅程,杭

州西湖、海南三亚、山城重庆、青海茶卡等多地的自然美景和人文景物在镜头下一览无余。节目虽然已落下帷幕,但“大有可观”的精神还在继续,全新途观L将继续陪伴用户探寻美景,护航人生旅途。

随着“金九银十”的到来,上汽大众大众品牌SUV家族凭借过硬的产品实力,势必也将迎来更为强劲的增长。

最新数据显示,1至8月,上汽大众大众品牌SUV家族共计销售近24万辆;Teramont途昂、全新途观L与途观丝绸之路版聚合力,SUV产品累计销量同比增长超六成。其中,Teramont途昂月度销量持续攀升,8月再创新高,实现销售8,433辆,坐稳大型SUV市场销量冠军宝座。途观1-8月累计销量同比劲增近四成,合资SUV月销量冠军之位从无旁落。

青年报 程元辉

宝沃汽车与东创建国开展战略合作

青年报 程元辉

9月10日,德国宝沃汽车与东创建国汽车集团(简称“东创建国”)签署战略合作协议,指定其作为四川省唯一战略合作伙伴,负责实现宝沃汽车在四川地区的网络全面覆盖。这将是宝沃汽车为了实现年内对中国市场的全面覆盖所作出的又一重要举措。宝沃将通过区域性具有强势资源的伙伴进行战略合作,以期实现对各个区域的全面布局。作为西南地区极具影响力的专业化汽车销售服务集团,东创建国与宝沃汽车开展战略合作,无疑将使宝沃汽车在西南市场的深耕与发展进一步强化。

目前,宝沃汽车在中国已经成功签约并建设了180家经

销店,实现了对中国170个市场的深度覆盖。根据宝沃汽车规划,预计在年底,宝沃汽车经销商网络将增至220家,实现对中国汽车市场的全面布局。为了加速推进宝沃经销商网络,宝沃汽车正在通过区域性领先的汽车销售服务伙伴开展合作,借助其优势资源,助推宝沃实现区域深耕与布局。

在西南地区市场,东创建国从1997年创建至今,已经成为西南领先、全国前十的汽车销售服务企业,连续十年蝉联“通用亚太地区销售大师”、“全国十佳汽车营销集团”,“四川整车销量冠军”等荣誉。正是基于东创建国优势的资源和平台,使得宝沃汽车极为看好与东创建国的合作和未来发展前景。



目前,以四川为代表的西南市场,近年来汽车销量增速迅猛,已成为宝沃汽车销售的主战场之一。从年初到现在,宝沃汽车在西南地区已经取得了不错的成绩,目前已经有14

家经销商在运营或建设当中。而随着与东创建国战略合作的开展,将使宝沃汽车对四川实现全面覆盖的同时,也将进一步提升宝沃汽车在西南地区的市场销量比重。