

# 吉利 + 淘宝:可以团购的不仅是橙子

□ 鲍艾乐

为向中国日益扩大的网民推销产品,吉利汽车正在干一件许多同行干过却从未有人成功过的事情——在网上卖汽车。2010年12月6日,一家名为“全球鹰官方旗舰店”的店铺在淘宝网上开张,以优惠价销售两款小型轿车。

进入淘宝商城内的全球鹰官方旗舰店页面,粉红色的“22日凌晨零时开团”字样在灰色的背景对比下显得十分醒目。按照该店铺的说明,吉利此次从2010年12月22日至27日采用团购的方式出售原价为458万元的舒适型熊猫,及558万元的尊贵版熊猫各一款,限量300辆。这两款车型的团购价格在2010年12月22日凌晨零时对外公布,淘宝买家此时才能拍下车型并支付288元保证金,前300名成功支付保证金的买家才能获得以折扣价购买的资格。

严格来说,这只是一次促销活动。因为在上述购车过程中,淘宝买家需要在规定的时间内,通过竞争取得购买资格,而且还不一定能买到。而淘宝网上的在线商店都有稳定的商品供应、持续的经营,消费者随时可以购买。

“这次团购是我们在做的预热推广”,吉利集团公关总监杨学良对记者说,吉利的最终目的是要把网络购车做成一个持续的平台,任何时间大家都可以上网购车。

吉利汽车销售公司互联网营销部的徐见达告诉记者说,每天从早上9点开始一直到晚上10点,7名在线客服分成两班,一直忙着解答淘宝买家的提问。每天起码有上千人通过淘宝



旺旺来咨询团购事宜。

吸引消费者关注正是这场营销行动的目的。3个月前,吉利集团董事长李书福在杭州出席由阿里巴巴集团召集的2010全球网商大会,宣称“吉利打算在网上销售汽车”。当时吉利已经在阿里巴巴旗下的淘宝网注册了全球鹰官方旗舰店,但未对外公开。

之前国内有不少汽车厂商尝试过网上卖车。2008年底,门户网站新浪的汽车频道推出“网上4S店”概念,通过3D全景技术从360度演示汽车的外型、内饰,意图吸引消费者在网上观看,然后直接下订单。一汽马自达、比亚迪和上汽荣威成为首批用户后,华晨、吉利、奇瑞也先后加入。但是,这种带有展示性质的“网上4S店”效率低下,靠此来在线获取订单并不可行。

就在李书福在网商大会上对网上售车侃侃而谈时,全球鹰官方旗舰店正在内部虚拟运行测试,吉利和淘宝仍在对网络售车流程进行商讨。

对于吉利而言,网上卖车碰到的

最大问题是缺乏在线营销的经验。吉利的互联网营销部成立于2009年底,有十几名员工。这个部门的职能并不是在线销售,而是负责公司网络广告的销售、投放。吉利已经找到了一家专业电子商务公司,还新设了一个直接向销售公司总经理汇报的在线营销科,二者一起来负责吉利淘宝网店的运营及管理。

2010年12月22日凌晨零时,两款熊猫车型分别以3664万元和4464万元(相当于原价打8折)开始启动团购,订单蜂拥而至。页面上的“团购战报”称,“团购第一波,8折,1分钟内完成300辆销售;团购第二波,8.5折,3分钟内完成200辆销售。”

这样的销售速度远远超越了奔驰Smart在淘宝网创下的团购纪录。2010年9月9日,淘宝网团购平台“聚划算”联合奔驰推出限量团购活动,205辆Smart在3小时28分钟内被订购一空。

吉利通过团购活动达到了吸引关

注、传播品牌的目的。

按照此次熊猫车型团购活动的规则,第一批排在前300位、第二批排名前200位的买家才有团购资格(不想购买者可在24小时内申请退还保证金),须通过即时通讯工具淘宝网旺旺将收车人的姓名、竞拍时用的ID号、联系方式、收车地址等信息发给客服。

因为拍下后有24小时的反悔期,不排除有许多买家抱着先抢拍下来再说的游戏态度参与此次团购,还有一些原本并不打算购车的人则是先抢购团购名额,然后再转让牟利。

吉利此次只是一次特定的网上营销,消费者在网上购车与在传统4S店购买相比只是下订单交保证金的方式不同,它何时能把网络售车作为一种常态销售模式还不得而知。无论是在国内还是在国外,24小时营业、可以随时购买的在线汽车商店还没有成功的先例。

## 延伸阅读

### 网上卖车不像网上卖书!

2009年8月10日,通用汽车联合eBay在网上卖车,加利福尼亚的225家通用汽车经销商参与其中,消费者在网上可以买到雪佛兰、别克、GMC、凯迪拉克、悍马和土星品牌的汽车。但这个活动只进行了50天便宣告结束,据称有150万的页面浏览量和1.5万个购买意向。至于卖出了多少辆车,双方一直都没有对外透露过。“没人曾经这么干过”,通用汽车公司发言人约翰·麦克·唐纳说,“我们学到的教训之一是,它很难跟踪销售。因此,我们必须找到一种更好的销售方式。”

## 绿色“芯”趋势 国内柴油车启程在即

汽车在销量迅猛增长的同时又衍生出众多问题,尤其是销量增长与能源供应之间的紧张关系,成为汽车行业亟待解决的问题,并推动汽车消费发生变革,节能环保成为未来汽车发展的方向和目标。在变革中,小排量车大行其道、新能源车备受追捧,而中国用户长期冷遇的柴油车,也迎来了飞跃的机会。

众所周知,发动机一直以来都被称为汽车的“心脏”,发动机技术是实现“节能环保”的关键。在2010年的汽车大事件中,2010年度中国十佳发动机评选活动备受关注,而其中的焦点则是哈弗H5搭载的绿静20VGT柴油发动机,与奥迪Q5的2.0TFSI发动机、别克英朗的1.6T发动机、大众新高尔夫的1.4TSI发动机等共同入围年度十佳发动机,成为评选胜出的唯一一款柴油动力。

近年来,在能源日趋紧张的国际环境中,什么样的汽车动力技术最适合当今的时代,成为汽车行业乃至整个社会最关注的问题。在新能源汽车由于技术、成本等因素尚不能大范围

推广的情况下,解决汽车与能源、环境之间的矛盾,高性能的柴油车无疑是最佳方案。

欧洲柴油车已超越汽油车成为主流,而国内柴油车市场的发展并不理想。不过,近年来越来越多的厂家,开始加入到柴油车研发的队伍中来,其中长城汽车无论是在柴油车研发技术经验,还是市场表现和影响,均走在了前列,尤其是随着哈弗H5绿静20VGT柴油车的成功推出,其领先科技直接推动国内柴油车迈入新的发展阶段。

哈弗H5搭载的绿静20VGT柴油发动机,采用电控高压共轨系统、E-GR废气再循环及冷却系统、VGT涡轮增压中冷系统等国际最先进的动力技术,拥有强劲动力的输出和领先的环保性能,最大功率达到110kW/4000rpm,310Nm的强大扭矩完全可以匹敌3.0L汽油机型,工信部标定综合油耗为7.79L/100km,排放达到欧IV标准,驾驶室内平均噪声仅有43.3分贝,节能环保、静音舒适与其“绿静”命名相呼应。



哈弗H5绿静2.0VGT柴油车

哈弗H5上市后,受到用户的认可和追捧,销量稳步增长,成为2010年度最受关注的车型之一,表明了消费者对它的认可;入围“十佳”则说明了行业对它的肯定。行业与用户的双重肯定,必将推动柴油车在未来的大发展。

(乔宇)



绿静2.0VGT发动机

## 羚锐制药:巩固提高 创新发展 ——河南羚锐制药股份有限公司厂务公开工作纪实

近年来,河南羚锐制药股份有限公司始终坚持把厂务公开工作作为促进全局发展、和谐稳定的首要任务来抓,积极深化GMP管理理念,推动了企业又好又快发展。

### 健全运行机制

近年来,羚锐制药不断健全组织、完善考核、明确奖惩,形成了厂务全面公开的运行机制。一是健全组织体系。集团公司与各基层单位都分别成立和健全了由各级主要领导任组长的厂务公开工作领导小组,并成立了具体的工作机构,覆盖全集团的组织网络体系。二是强化领导机制。建立了“党委统一领导、党政共同负责、工会运作、各部门齐抓共管、员工群众全员参与”的领导机制和工作机制。三是完善考核方式。做到了“五个纳入”,即纳入深入学习实践科学发展观的指标考核体系,纳入基层民主政治建设的重要内容,纳入公司治理与党风廉政建设的

责任目标,纳入文明单位创建的重点工作,纳入推动单位和谐稳定发展的主要抓手。四是明确奖惩内容。紧紧抓住责任分解、责任考核、责任追究三个环节,制定了奖惩细则与办法,确保工作落到实处。

### 规范操作程序

一是通过深化GMP促规范运作。各单位按照GMP管理体系标准制定了实施方案、实施细则、工作规范、考核办法,编制了手册,建立健全了工作体系,完善了操作程序。二是突出重点,进一步规范和完善各级职代会,积极开展了职代会星级创建活动。三是规范工作内容。近年来,围绕“四个重点”规范工作内容,即重点公开单位改革发展的重大决策,重点公开单位生产经营的重大事项,重点公开党风廉政建设等重大问题,重点公开涉及员工切身利益的热点问题。四是规范监督考核程序。突出抓好了“四个环节”,

即在考核范围上,一级考核一级,一级监督一级;在考核内容上,把坚持职工代表大会制度、党风廉政建设制度、日常厂务公开工作等作为重点考核内容;在考核办法上,采取检查、汇报、测评、职代会评议等相结合的方式进行考核;在考核评定上,把对领导班子、领导干部厂务公开工作情况的考核,作为评定业绩和奖惩的重要依据,把各单位的考核结果作为评选文明单位和先进个人的重要依据。

### 创新工作形式

一是充分发挥职工代表大会的积极作用。规范程序、精心操作、注重质量、追求实效,按要求定期召开职代会。二是从基层抓起,建立健全民主管理小组。在各生产车间、销售省区、经济实体都成立了民主管理小组,拓宽了职工民主管理渠道。三是通过各种渠道和载体,让职工群众监督。集团公司以《羚锐人》和《羚锐情况简报》、公

(汤兴)

营销感悟 | YingXiaoGanWu

## 公关营销不可学貂蝉

□ 王森

选公关小姐,自然是越漂亮越好。但漂亮有时也会误事,英国有一个叫特来茜·盖特豪斯的公关小姐,就因为“太漂亮”而丢掉了饭碗。据她的老板说,在她上门推销产品时,她的姿色令家庭主妇们既羡慕又嫉妒,甚至害怕自己的丈夫多看她一眼,所以总是催她快走,不愿意接受她推销的货物。为此,老板要盖特豪斯小姐剪掉披肩长发,给自己的脸上添上点雀斑,重新塑造形象。但盖特豪斯予以拒绝,老板只得将她辞退。

有人说,在中国历史上,成就最高的“公关小姐”当属《三国演义》中的貂蝉。貂蝉的成功,自然离不开她的美貌,但貂蝉之所以能够迷住董卓,倾倒吕布,并顺利完成“促吕杀董”之大计,单靠漂亮是远远不够的。更重要的是靠她的机智,靠她的灵活,靠她的演技。你看,在董卓面前,她百般殷勤;在吕布面前,她又故蹙双眉,以目送情。一会儿用激将法,一会儿施离间计,使董卓二人神魂颠倒,疑恨丛生,终于“凯歌却奏凤仪亭”。

不过,按现在的观点,貂蝉的公关是失败的,是得不偿失的,是

## 海尔优质服务集锦

### 海尔个性化服务赢得用户

搬新家要买电器,刘先生走进海尔社区店。销售员热情接待他,随后上门免费设计,根据布局风格推荐合适家电。刘先生很快选好海尔成套家电,当天下午货送到家,而且是货到付款。

刘先生感慨道,从买前免费上门服务到送货、安装调试,处处体现出海尔想用户所想、急用户所急的个性化服务。

### 海尔1+1服务

王先生在海尔赛通社区店买了冰箱。原以为要等几天,没想到下午就送到。师傅在检测用电情况后便开始安装,装机到位后,师傅又演示一遍,还让王先生操作一次,师傅说这是海尔推出的1+1服务,要现场确认用户会使用后才能算安装到位。

王先生说,海尔1+1,真贴心。

### 致海尔的一封信表扬信

台江谭先生上周末出门选空调,连走几家商场都是第二天才能送货,他平常忙,难得这周末有时间,明天没人在家,正当他想放弃时,看到了海尔赛通社区店,店员承诺当天上门,于是他订购。当天下午师傅准时送货并很快装好。

谭先生,海尔服务既专业又高效,以后选家电还选海尔。

### 感受海尔随叫随到的服务

感受过才知道什么是贴心,经历过才知道什么是感动。月初,我买海尔洗衣机,上午订的货,中午就送到了,师傅先检测家中用电情况后开始安装,安装好后还主动帮忙打扫了现场,给我讲解如何使用,又现场试机演示一遍,一次搞定。一整套服务毫无挑剔,也让我心里充满了感动。

### 海尔品牌的服务

我买了海尔洗衣机。师傅比约定时间提前上门,一进门便套上鞋套。先用测电仪测试用电安全。安装调试完之后,还耐心讲解海尔推出的更为人性的延保服务。

“海尔”因其品牌知名度家喻户晓,更因其贴心服务让消费者毫不犹豫放心选购,舒心使用。作为消费者,我当然首选海尔。

### 海尔社区店

#### 一步到位的服务

近日李先生致电本报表扬海尔高效优质的服务。他家要换热水器,听朋友说附近有个海尔社区店,他就去咨询,经工作人员热情介绍最终他选一台并要求当天送货。不到2

小时师傅就上门并很快就安装调试完毕。

海尔高效优质的服务,让李先生非常满意。希望海尔越来越好。

### 走进社区店

#### 走进海尔服务

那天我妈带孩子下楼玩,孩子摔流血,老人一急傻眼了,这时海尔社区店服务人员急忙把孩子抱进店,把药箱拿出来处理,我妈问,你们咋有这些?他们说,我们不但有药箱,雨伞、针线等都有,这个是我们海尔的特色服务。

说起这事我真感谢海尔,相信海尔会使我们生活更温暖。

### 老用户亲历海尔营销

马老先生来信称,他去买冷柜,因原来用海尔很满意,就去海尔社区店看,销售员向他介绍,海尔推社区店就是要方便带给用户,改变原来从商场购机送货后再报售后安装的繁琐,节省用户的时间。马老先生说,海尔想到用户心里了,就买它。很快师傅就将冷柜送到家安装调试完毕。

### 满意在海尔

前几天海尔免费清洗保养空调的师傅来了,在交谈中,我才知道超过安全使用年限的电器安全隐患很大,想到父母家的那台用了七八年的洗衣机,就想为他们换新的,正好海尔在进行以旧换新活动,马上买了台新洗衣机。

看着父母满面笑容,我知道这是海尔为我向父母尽的孝心。

### 方便快捷服务从海尔开始

用户新买一台海尔卡萨帝复式波轮洗衣机,因小区不能带货进车,两个师傅将200多斤的机器抬到用户家。用户看师傅累得满头大汗拿饮料招待,被师傅婉言谢绝。师傅先对电源进行安全测电,然后很快安装到位并讲解使用常识等,临走时还将垃圾清理带走。整个过程让用户很感动。

### “第一时间”上门

#### 海尔让我如此感动

我给父母买了海尔洗衣机。过了两天,我母亲忘记烘干功能怎么用,就在下午3时联系海尔。我回家已经晚上8时,发现师傅还在耐心教母亲使用方法。母亲说,师傅是第一时间上门的。

“真诚服务到永远”。看着师傅消失在夜幕中的背影,我感受到了那7个字沉甸甸的分量。

(苏水儿)