

社区,拯救车市的一根稻草



SALE

每天下午六七点钟,2台众泰Z300穿梭在长沙各大社区,车一停,广告宣传牌一放,就成了一个“社区展厅”。“走走走,这里不准摆车。”一天内,4次被城管撵,众泰汽车工作人员不得不收起宣传牌,重新寻找下一个合适的社区摆车点。像众泰这样主动出击寻找客源的汽车经销商每天布满在大街小巷,试图通过挖掘社区商机,拯救当下低迷的车市。

淡季遇上“烧烤天”,车市很受伤

厂家直销、现金优惠、送装修、送保险、试乘试驾、特卖会、团购会、闭馆销售……每临车市的传统淡季,汽车经销商都纷纷举起“促销”大旗。然而,今年的“促销”这杆大旗,魅力大减。

“再大的促销力度,到现在也没有效果,没有客户上门一切都是白搭。”广汽本田某4S店负责人表示。

长沙连续50多天的高温,使原本惨淡的车市雪上加霜,汽车4S店门可罗雀。

连日来,记者走访长沙各大4S店发现,到4S店看车的客户是少之又少。记者在一家4S店门口等了2个小时,一共2个人进出店内。询问得知,其中一人还是来找人的。

在中南汽车世界,因为进店的客户太少,为节省开支,一些4S店甚至关闭了空调。销售顾问或无聊地玩着手机,或无精打采地在展厅休息。

其实,不仅中南汽车世界,整个长沙的4S店都大同小异。车市淡季遇上“烧烤天”,如何寻找客源、增加销售量,成为各大经销商最迫切的需求。

是坐着等死,还是主动出击

“市场竞争如此激烈,如果谁还在等客上门,那就只有等死了。”东风本田中天店总经理游劲松表示,只有主动出击,到距客户最近的地方去,才能赢得市场。

汽车经销商们大都意识到了问题的严重性,积极寻求解决方法。“如果还不觉醒,我们就成为温水煮青蛙了。”一家4S店负责人表示。

“白天天气热,客户不愿出门,如果在相对凉爽的夜晚将车送到客户的家门口呢?”长沙国晨众泰市场总监余婷把这一想法付诸行动。从6月份起,众泰工作人员每天下午4点起,就会派出2台车,在各大社区进行展卖。

“虽说很辛苦,但我们还一直在做,也取得了不错

的效果。”余婷表示:“由于费用紧张,我们只能‘打游击’,运气不好的时候,还要被城管、社区居委会驱逐。”

其实,不止众泰,像东风本田、纳智捷、全球鹰、比亚迪等品牌4S店也将目标瞄准暮色笼罩下的社区,通过搞社区巡展活动等挖掘客源。

除了单个4S店的“单兵”突击,众品牌“集团军”作战更是规模宏大。“汽车啤酒嘉年华”、“长沙社区文化节”等众多品牌一起进社区的活动都取得了不错的效果。

汽车销售专家表示,市场的不景气和客源的严重不足,迫使车商走出4S店,主动出击走向社区成为必然。

■三湘华声全媒体记者 杨刚



市民在社区车展上看车。

“五引领”责任党建,开创合资企业党建新路 东风日产党委书记周先鹏:党建也是生产力

当中国汽车年销量向2000万台稳步迈进的同时,合资厂商的管理能力正接受日益严酷的考验。而当它们在走向经营管理国际化的同时,最具本土特色的党组织力量却往往被忽视或是刻意回避。这其中,东风日产无疑是个另类,它的十年发展历程,同时也是一份令人满意的党建工作答卷。

正如东风日产党委书记周先鹏所说:“在新时代的企业发展道路上,做好党建工作,有利于推动企业的健康发展、文化建设以及核心竞争力的提高,我们也因此获得了巨大的收益。显然,党建也是一种不折不扣的生产力。”

“五引领”责任党建助推东风日产腾飞

在一般的合资企业里,外资方普遍对中国的党委组织抱有“戒心”,这也使得党建工作存在先天的被动,难以发挥积极作用。在东风日产成立伊始就建立的公司党委,秉持与企业共同发展的理念,努力把政治优势转化为企业发展的内在动力,始终战斗在企业发展的关键时刻的第一线,不仅对东风日产的发展作出了巨大贡献,也赢得了外资方的高度认可。曾任东风汽车有限公司总裁,现任雷诺汽车公司执行副总裁中村克己评价说:“党委的工作弥补了企业在现代企业制度下的精神缺失,成为了合资

企业中外双方有效融合的纽带。”

从成立初期开始,为了确保党的精神优势能够在合资企业中发挥正面作用,东风日产党委坚持用党的方针政策引领企业发展,用党的政治优势凝聚企业力量,用党的优秀文化激励企业成长,用党的人本理念关爱企业员工,用党的组织优势保障企业和谐,多年不懈创新,逐步确立了“五引领”的责任党建格局。

政治引领: 为了避免外方因文化差异造成的不信任与不配合,东风日产党委开创了“两公开、两纳入”的党群组织设置,即党组织及其机构公开“挂牌”、公开活动,党务人员纳入编制、党的活动经费纳入预算。同时,党委与日方签订《党群组织备忘录》,把党建工作核心角色定义写入公司发展的章程当中,确保了党建工作的“合法”地位。

发展引领: 东风日产党委秉持与企业共同发展的理念,把政治优势转化为企业发展的内在动力。在企业遭遇困境的时刻保驾护航,在遭遇产能瓶颈的时刻“拔旗对标”,在遭遇技术壁垒的时刻“攻坚克难”,党委引领企业迈过了一道道难关,体现了党建对企业发展的巨大促进作用,构筑了企业发展的特色驱动力。

文化引领: 东风日产作为一家中外合资企业,文化整合的复杂性和难度更大,从“合资”到“合力”的



过程中,东风日产党委致力推动合资双方文化融合、打造核心价值观,为合资企业跨文化融合树立了典范,形成了东风日产独特的核心竞争力,开创了中国汽车产业文化融合的先河。

幸福引领: 十年来,东风日产党委把企业发展依靠员工、发展成果员工共享作为发挥企业政治优势的重要方面,将“构建高关爱组织”的理念贯穿于企业发展的始终,持续改善员工福利待遇、生产条件和提升生活水平,促进员工安居乐业、价值提升和心理健康,丰富员工精神生活,全面营造关爱文化氛围,使员工真正实现了快乐生活、快乐工作、快乐成长。

和谐引领: 在十年的实践中,东风日产党委始终把共建和谐、维护和谐、促进和谐作为重要使命之

一,通过构建一系列的制度和 Work 规程,有力地维护了员工的权益;同时,东风日产党委注重发挥思想政治优势、组织优势,将上游供应商进行有效的引导,使和谐企业的构建理念渗透到产业链的各个环节,成为汽车行业和区域发展中重要的和谐促进力量。

东风日产“五引领”责任党建体系,把党的责任化为了企业的领导力、发展的驱动力、文化的凝聚力、幸福的推动力、和谐的构筑力,把党的先进性成功转化为企业发展的先进性,打造了东风日产高速发展的“合”心竞争力,造就了令业界侧目的“东风日产速度”。

“党建也是生产力”

在合资汽车企业中推动党建工作,难度最大,标本意义也更加鲜明。

在东风日产面临不利发展环境的时刻,党组织始终冲在一线,把党员“责任心强,事业心重,遇问题敢担当,政治觉悟很高”的优点转化为企业发展的推动力。而在东风日产发展的顺境,党组织始终凝聚人心,带领员工为梦想挑战不止。

东风日产党委的创新型工作思路,不仅促进了企业的发展,赢得了广大员工的信任,也赢得了日方管理层的高度认同和尊重。公司现任总经理松元史明,深有感触地说:“西班牙日产的工会,更多地强调政治地位、反映员工意见,但不关心公司业绩。而在东风日产,经营管理层和工会从两个角度、两个侧面,支撑公司的发展。工会通过走访、沟通,不仅是搜集员工意见,为员工排忧解难,更重要的是以公司业绩和员工利益唇齿相依的关系,激发员工的主观能动性,提高员工对企业的认同感和归属感。”

“当很多合资企业把党建工作放在一个尴尬地位的时候,东风日产的党委则用创新的思路与国际化企业的管理、生产理念接轨,实实在在地为生产和管理作贡献,发挥出了应有的正面作用。可见,最本土化的创新党建工作也是有效的生产力。”在参与东风日产党委的交流后,一位业内资深观察人士发出这样的感慨。