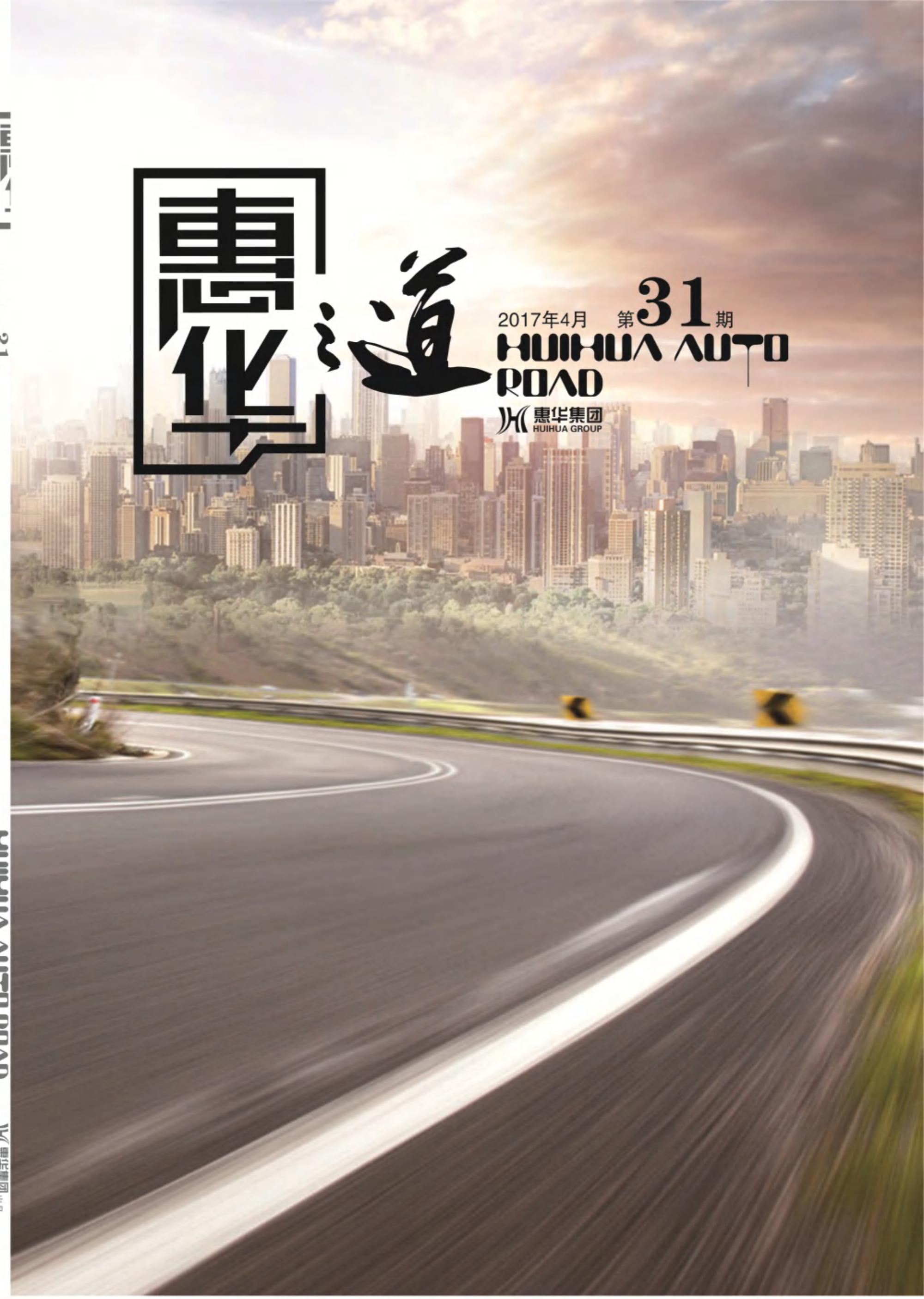


辽宁福达一汽马自达 全新阿特兹 焕“饰”驾临

致更出色的自己



承优势·拓格局·创增长·稳发展



DOMINANT ADVANTAGE EXTENSION PATTERN
GROWTH AND STEADY DEVELOPMENT

承优势·拓格局·创增长·稳发展

SPEECH

董事长致辞

责任感、使命感是集团可持续发展的根本

集团能否健康、稳定、可持续发展，成为全员赖以生存和发展的平台与家园，对社会有所贡献，关键在于投资人、职业经理人和员工队伍的责任感、使命感。

我们作为国内国际汽车行业龙头生产厂家的多品牌代理商，并且有20多年的发展历程，我们不缺流程、规范、管理经验，对我们最大的挑战和考验是我们管理团队的责任感和使命感。

我们的管理团队能否一级带着一级干，一级做给一级看，真的撸起袖子、甩开膀子、扑下身子，脚踏实地的真抓实干。

近两年，解放沈阳区域、解放盘锦店发生了可喜的变化。由过去的领导要我干、变为现在的我要干。销售团队精简后，一部分骨干忙得团团转，一帮支持没事干的现象不在了。

销售旺季和信贷消费考核集中时加班加点已经是家常便饭，有时甚至把家属请来帮助整理信贷消费材料，这已成为常态。由于队伍的精干、加之低底薪、高提成的绩效激励，业绩大幅度提升的同时，团队的收入同步整体大幅度增长，精神面貌发生了深刻的变化。大家工作有时苦点、累点，但是乐在其中。这种共建共享家园的责任感和使命感是我们集团的希望所在。

但是，在管理者之间、管理团队之间，责任感、使命感不均衡的问题十分突出。例如：有的单位2016年刚刚摆脱亏损的困境，就盲目的骄傲自满，松口气、歇歇脚的想法和行为导致2017年1月份整车销量断崖式滑

坡；商用车是集团起步最早的经营项目，我们的整车销量占全省的三分之一强，信贷消费占全省的百分之五十以上，2017年金融部门给我们商用车信贷授信近十个亿，我们在全省份额将达百分之七十以上。但是，十分遗憾的是我们这么大规模的整车销量和对保险公司保费的贡献度，我们的维修产值不及中小规模4S店的水平。这种瘸腿的现状是对资源的极大浪费、有些店总经理任职少则三、五年，多则十多年，再说对服务不熟悉怎么都说不过去。4S店总经理各版块都擅长是你的使命所在，不应该把自己定位和降格为销售总监；还有些人只承诺、不兑现，只做广告、不见疗效；有些管理者工作不严谨、粗枝大叶，一年就300多台整车的销量，况且集团用数据说话已强调多年，库存深度用大概、可能、差不多的形容词来表述，很难想象这样的管理者怎么能带好他的团队；有一部分店总及以上级别的管理者工作缺乏高标准、严要求，要么对问题视而不见，要么大事化小、小事化了，要么对下属放任自流。这是有些单位业绩徘徊不前、出不了优秀人才的根本原因所在。

残酷的市场形势留给我们的机会不多了，各级管理者、特别是高管应该扪心自问，惠华给了你什么？你给惠华带来了什么？你对你的所属团队输出了什么？你还能做些什么？

投资人也愿意为上述几问进行深入思考，改进思维方式和工作作风，以高度的责任感和使命感干今天、想明天，立足当前、着眼未来。让我们共勉。

集团董事长：

Responsibility

Sense of mission



2016
2016
2015

在路上

文崔秀敏 On the way



在路上 ON THE WAY

文 崔秀敏

又是一年春来早，冰雪消融、万物复苏，到处是春意盎然的景象。身处在经营之路上飞驰的“惠华号”专列之上，望着两边飞速而过的风景，禁不住要伸出手来握一握，向同行的你问一声好，不知新年度的你是否多了一些从容和笃定？

过去的一年里，汽车市场随着宏观经济供给侧结构性改革的推进逐步回归理性，曾扬言要颠覆传统经销渠道的互联网力量，在几轮较量之后也逐渐低调起来，而我们迎着挑战成长起来的团队，在冬的季节里却萌发出越来越浓的春意：凭着不服输的精神，大众沈阳店在同城激烈竞争中突出重围，店利润提升160%，展现了旗舰店的风范；说到就要做到，奥迪二手车团队克服困难，实现销量、利润、厂家返利均翻两番，郑重实现了年初立下的承诺；在逆境中崛起，2016年首次实现盈利，利润同比增长近400万，丰田铁岭店用实践证明了“思维改变行为，行为决定命运”的真理；半年即顺利打开市场，地域覆盖沈阳、锦州、铁岭、辽阳、抚顺、阜新、四平等地，品类覆盖解放及非代理品牌商用车，

轻卡车、客车及轿车，实现收益率超20%，投入运营半年的融资租赁公司为我们展现了金融类产品蓬勃的生机……“投之亡地然后存，陷之死地然后生”，我们的团队经受住了考验，逐渐变得更加沉稳、厚重、有深度。

虽然在激流勇进的竞争中暂时站稳了脚跟，2017年对你我来说仍然任重而道远。宏观经济层面“三驾马车”在持续减速，产业政策层面购置税减免政策的调减或将推迟消费的实现，整车企业面临成本上升和需求抑制的“双挤压”，经销商则面临着利润进一步缩水的风险。如何在苦日子中强身健体，将是我们必须面对的课题。

这是一个全世界，全行业加速发展的新时代，1995年，马云的海博网络公司上线“中国黄页”业务，给客户看网上宣传效果要从杭州拨长途电话到上海连接互联网，一个网页从美国传过来要花三个半小时；2002年，手机开始逐渐在国内普及；2011年，微信发布了仅针对iphone客户的1.0测试版；2015年，阿

尔法狗刚“吃”下3000万棋谱，与欧洲冠军樊麾对弈险赢。而今，阿里巴巴2016财年收入突破千亿，工信部统计国内手机用户数量近13亿人，7.68亿用户每天登录微信，阿尔法狗在横扫人类棋手后即将推出2.0版本，摒弃人类棋谱，探索自主“深度学习”的极限。在这二十年间与汽车行业同舟共济发展的我们，也历经了坐等收钱的红利期、闭关修炼的规范期、无序竞争的失血期、痛定思痛的反思期，乘着衍生、备品、国贸板块发展的优势，建造出融资租赁、保险代理、备品拆分、国际贸易这四台加速器。遇见未来最好的方式是创造未来，要真诚地感谢一路上的重重阻碍，正因为遇到各种艰难，我们才没有喘息的机会，永远在升级系统和修正轨道，在这条路上保持全速前行。

在路上，我们成就了自我。无论是刚迈出象牙塔的学子、经过历练已能担当一方的年轻小将，还是来自外部经验丰富的“空降兵”，抑或无行业经验怀着归零心态重新开始的挑战者，在惠华，每个人都拥有同样宽

广的舞台。凭业绩说话、不为每个人设限，“天高任鸟飞”。这是一个最好的时代，一切都刚刚开始，未来在召唤，时间正好，青春未老，且让你我奋力前行，不负这好韶光！

莫道君行早，更有早行人。没有超人的体魄与出众的天赋，科比依然创造了NBA历史上的传奇，只因为他知道每一天凌晨四点洛杉矶的样子，忘我投入的每一天，成就了激情澎湃的二十年。脚踏实地，“撸起袖子加油干”，是一种不论成败、以奋斗为乐的态度，一种在其任、必尽其事的责任，一种对自己、对未来充满信心的希望，一种不旁观、不评判，愿以一己之力创造更美好世界的情怀。

昨日已逝，留着故事以后慢慢去讲，未来已来，我们还有更长的路要走。低头看路，每一个脚印都是过往存在的痕迹；仰望星空，每一道光芒都是未来深情的召唤。在路上，每一天都是新的，在路上，我们永远年轻，永远热泪盈眶！

辽宁惠华汽车集团旗下实业

辽宁惠华新业贸易有限公司
 辽宁惠华汽车集团有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁惠华集团本溪汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁惠华集团朝阳汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 沈阳惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁惠华新业集团新民汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁惠华新业集团辽中汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁奥通汽车销售服务有限公司（一汽奥迪品牌4S店）
 辽阳惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽奥迪品牌4S店）
 丹东惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽奥迪品牌4S店）
 辽宁福达汽车销售服务有限公司（一汽马自达品牌4S店）
 铁岭金惠源丰田汽车销售服务有限公司（一汽丰田品牌4S店）
 沈阳惠华红馆汽车销售有限公司（一汽轿车红旗品牌店）
 辽宁惠华集团奔腾汽车销售服务有限公司（一汽轿车奔腾品牌4S店）
 辽宁博达汽车贸易有限公司（一汽轿车奔腾品牌4S店）
 辽宁一汽贸易有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠众汽车销售服务有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠华汽车集团铁岭销售服务有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠华集团丹东汽车销售服务有限公司（解放商用车4S店）
 乌鲁木齐惠华兴业汽车贸易有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠华集团盘锦汽车销售服务有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠华集团商用车销售服务有限公司（解放青岛车事业部）
 辽宁惠华新业贸易集团轻型车销售有限公司（轻型车事业部）
 辽宁一汽贸易有限公司大东分公司（一汽吉林汽车4S店）
 解放青岛朝阳销售公司
 解放青岛辽阳销售公司
 辽宁惠华商用车备品销售事业部
 辽宁惠华乘用车备品销售事业部
 辽宁惠华集团国际贸易事业部
 辽宁惠华新业汽车保险代理有限公司
 惠华融资租赁（天津）有限公司
 辽宁惠华运输服务有限公司
 延吉惠华兴业汽车销售有限公司
 辽宁惠华汽车集团朝鲜平壤总装厂（合资）
 辽宁惠华汽车集团蒙古惠华FAW公司
 辽宁惠华汽车集团俄罗斯布拉戈维申斯克合营公司

出 品 人：李彦海 President: Li Yanhai
 总 策 划：戴 爽 General Planner: Dai Shuang
 监 制：曾繁胜 Supervisors: Zeng Fansheng
 总 编：崔秀敏 Chief Editor: Cui Xumin
 设 计：陈婷婷 Designer: Chen Tingting
 校 对：刘国莉 王 波 Proofreader: Liu guoli Wang Bo
 张 媛 尹大群 Zhang Yuan Yin Daqun
 电子信箱：hhzdbjb@126.com Email: hhzdbjb@126.com
 出 版：辽宁惠华集团 Publication: Liaoning Huihua Group
 印 刷：沈阳市美图艺术印刷厂 Printing: ShenYang Mei Tu Artistic Advertising CO.,LTD

CONTENTS

目录

10 **总结篇**

40 **盘点篇**

62 **发展篇**

78 **文化篇**

94 **惠华车世界**

2016

THE GROUP HOLDS THE
THE 2016 ANNUAL CONFERENCE

集团召开 2016年度总结表彰大会

文 集团办公室 崔秀敏

GROUP CONFERENCE

2017年1月21日上午9:00-11:30,以“承优势、拓格局、创增长、稳发展”为主题的惠华集团2016年度总结表彰大会在辽宁会馆一楼多功能厅举行。集团董事长兼总经理、副董事长兼副总经理、集团副总经理和集团200多名管理层及年度先进员工、先进团队代表参加了会议。

会议由集团办公室主任主持,在总结及分享环节,首先由集团运营管理总监、财务总监就2016年集团运营管理、财务管理、人力资源管理、内控管理、行政管理、网络信息管理等板块工作总结和2017年工作规划做了专题报告,接下来由七名经营单位代表进行了典型案例分享报告;在颁奖环节对2016年度集团评优中获奖的个人、团队和单位进行了表彰;最后由集团董事长进行了总结与训勉。

一、集团各综合板块2016年工作总结和2017年规划主题报告

第一部分: 2016年度运营数据汇报

运营总监向大家展示了体现集团16年整体运营质量提升的12项过程指标,其中销售模块,单车综合毛利的大幅度提升与超预算达成,充分体现了销售质量提升的结果;在衍生模块,贷款、精品、二手车、保险,全项衍生项目大幅度提升或超预算达成,体现了向衍生要效益,深耕细作的结果;服务模块,服务毛利率的保持,体现了服务创造未来的宗旨;财务总监向与会人员展示了2016年预算执行情况,2016年度集团通过经营数据横向对标、关键业绩指标排名等信息,及时采取调整相关单位组织架构、设立品牌交流日,实行承包制等措施,有效抑制了部分经营单位业绩下滑,推动各店超额完成了集团制定的预算目标。

集团主题报告中展示了各经营单位利润、整车销量、服务产值等关键业绩指标达成情况集团内部排序的结果,集团所属沈阳区域及周边区域各店与区域内同品牌店在销售/服务两大业务部门的数据对比情况,对融资租赁公司的经营成果进行了通报。对指标达成好的部位关键因素,包括在集团领导指导下与一汽金融、大众金融深度合作与资源整合,新车连保及维修预存款的深入推进进行了总结和分享。

第二部分: 2016年度重点工作盘点

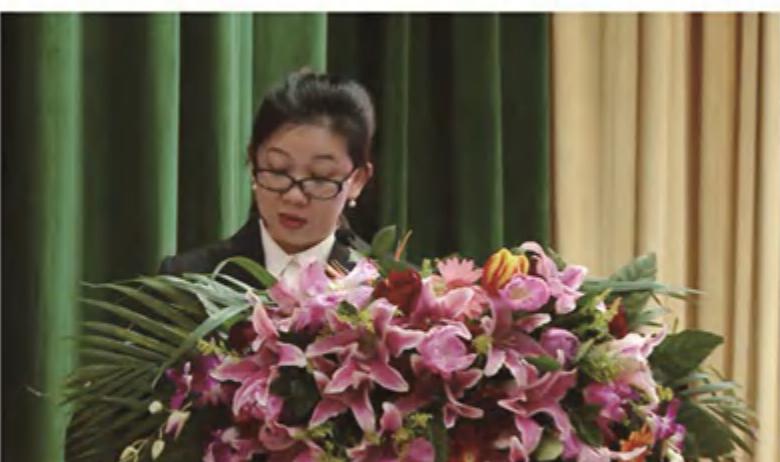
2016年,在思想层面,通过“解放思想,转变观念”大讨论,解决了责任心和危机感的问题,集团管理团队在思想方面得到了统一和提高;在全价值链开发与精细化拆分方面,通过成立融资租赁公司、二手车市场有限公司,拓展非车险代理,并在备品板块实现关键板块的精细化拆分;在人力资源方面,持续践行能上能下、能进能出的人员动态调整、优化机制,管理团队综合能力、履职态度大幅提升;在绩效管理方面,及时奖励先进、鼓励创新,实现了多劳多得和士气鼓舞;在财务管理方面,凭借“现金为王”的原则,加速企业内部资金流动,增强自身造血功能,同时拓宽融资渠道,顺利完成集团贷款授信工作,为

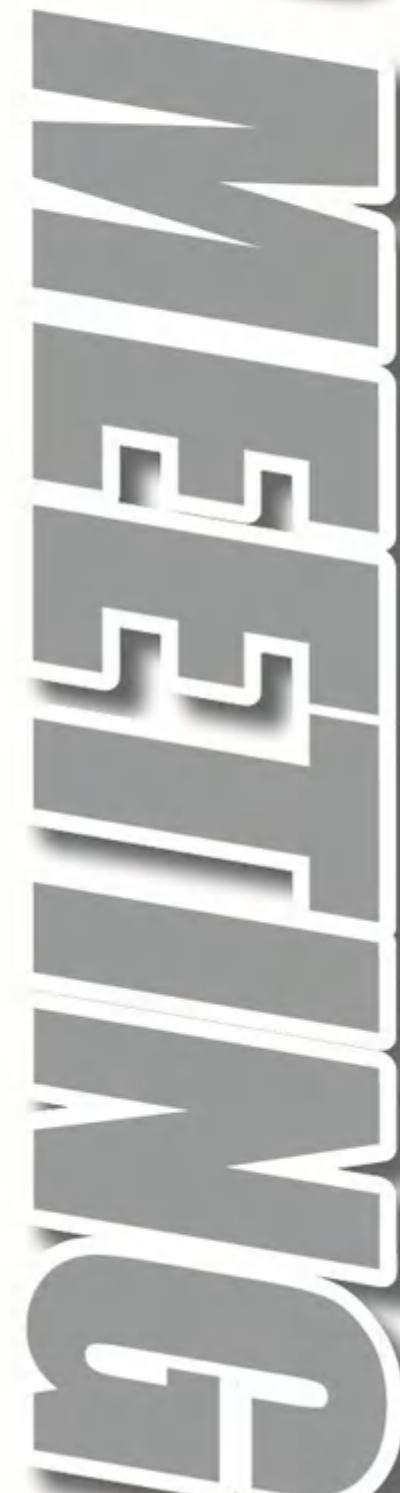
集团大发展、快发展奠定了资金基础。

第三部分: 2016年度存在的突出问题

2016年,集团在各板块方面仍然存在一些问题,包括因市场变化给经营带来巨大影响时,应对能力不足;财务角度对错综复杂的促销政策,缺乏远期成本的把控,使企业存在潜亏风险,企业后续人才储备不容乐观,梯队建设和人员后备力量储备不足;现有管理者团队职业素养、胜任度普遍需要提高,部分管理层自律差,反应慢,创新能力不足;保费资源、客户档案资源、内部大数据资源及网络平台等集团资源有待深度挖掘与整合;各单位现场管理质量有待提升等。

第四部分: 2017年度工作重点规划





2017年预算将以“秉承优势”和“突破增长”为理念，以提高单车综合毛利为原则，重点推进集团新项目发展，通过制定“必保”和“挑战”两个指标，提高运营质量，充分挖掘市场潜力、有效激励员工积极性，推动计划指标的完成。

2017年，集团在各板块的重点工作规划如下：首先要拓格局，向国际贸易、融资租赁、备品拆分、非车险保险等各项业务新价值链要规模，促进其成为支撑点；其次要继续秉承“精细化、微创新”的主旨，持续深度挖掘汽车后市场，向衍生、服务、备品要效益；要优化、调整薪酬体系，解决薪酬不平衡，不合理的问题。真正实现向骨干员工倾斜，完善绩效体系，鼓励建立低底薪、高绩效，按劳取酬的绩效机制；建立职业发展通道，践行动态调整机制，使同品牌、跨品牌交流及人才引进的机制成为常态；各单位应秉承“现场就是市场”的管理宗旨，继续推行精细化管理，下决心提高现场管理质量，同时要开源节流，坚持向管理要效益的思路，在费用管理、资产盘活上下功

夫；要树立正确价值观，加强对团队的职业化引导，把“解放思想、转变观念”大讨论成果持续深化。

二、经营单位典型案例分享

奥迪沈阳店二手车经理王雪做了题为《突破，敢为人先》的专题报告，汇报了2016年奥迪二手车置换台次、置换率、销量、毛利分别同比增长147%、121%、134%、126%，毛利指标达成136%的成绩，从人员调整、业务梳理、市场宣传、学习培训等方面分享了2016年奥迪沈阳店二手车业务开展经验，对2017年二手车业务方向进行了规划。

大众沈阳店销售总监王文青做了题为《突出重围——打赢利润提升之战》的专题报告，针对大众沈阳店销售、衍生综合毛利数据分别较去年同期增长22%、75%，利润显著提升的成绩，认真分析和汇报了成功因素。

解放（长春）沈阳区域总经理陶晓明做了《传统销售向汽车金融的华丽转身》的专题报告，对集团融资租赁公司诞生的背景进行了介绍，对店内开展融资租赁业务经验进行了总结，对2016年店内融资租赁取得的业

绩及2017年融资租赁目标，惠华融资租赁的战略机遇及2017年的经营思路进行了汇报。

丰田铁岭店总经理董超做了《思维改变行为，行为决定命运》的专题报告，介绍了丰田铁岭店在连年亏损的情况下勇于挑战，通过绩效调整、资源整合、前装销售、强化培训等途径最终达成目标，实现同比利润增长394万的心路历程，提出职业经理人要有赢的欲望，体现自身价值。

解放青岛朝阳店总经理朱明山通过《把握机遇，迎接新挑战》的专题报告，讲述了自担任解放青岛朝阳店总经理以来，从零开始开发市场、手把手进行员工培训，与团队共同成长的过程。



马自达店服务经理杨硕以《坚持创造奇迹》为题，对马自达店2016年事故车产值同比增长8.2%，毛利率提升到50.6%的成绩，从事事故车产值提升、备件的库存管控、储值卡业务扩展、服务部微信营销四个方面分享了2016年的工作心得。

集团保险业务部经理武宏光做了题为《启航》的保险业务板块专题报告，介绍了集团保险业务部成立的背景和意义，并对具有较强竞争力的首发产品——“百万身价”保险产品从开发背景、产品细则、销售模式及利益分配等角度进行了介绍，对整合资源推动产品销售，快速提升集团综合赢利水平的经营思路进行了介绍。

三、表彰环节

会议在表彰环节，对2016年度先进员工、团队和单位进行了颁奖。2016年度共评出惠华之星11人，最佳团队6个，优秀单位2个。颁奖典礼上，由颁奖主持人宣读了获奖人员和单位的颁奖词。集团总监、副总经理、董事长亲自为获奖人员颁奖并合影留念。



四、集团董事长训勉

集团董事长兼总经理在会上做了总结与训勉，对两个集团工作主题报告和七个经营单位典型案例专题报告给予了充分肯定。提出惠华集团2016年有两个最大的亮点，一是调结构、稳增长，实现了重大的突破，形成了融资租赁公司、保险、国际贸易、备品等成长性非常好的板块；二是集团的管理团队在2016年有非常大幅度的提升，这两个亮点使惠华集团站到了一个新的起点，是集团健康、稳定、持续发展的重要保障和基础。

集团董事长接下来对集团各板块2017年工作提出了四项具体要求，一是要继续扎实的把基础工作做好；第二是管理团队应带领

员工树立以客户为中心的思想，要为客户提供良好的体验和感受；第三是要持续的突破和创新；第四是要求大家要团结协作，充分整合资源，形成整体优势和合力。

最后，董事长代表集团对2016年新加盟的管理层表示欢迎，希望新人带来新的气象，老团队支持履新者的工作，积极配合，形成合力。

会后，在辽宁会馆宴会厅举行了集团全体管理层和2016年表彰获奖人员参加的新春午宴，集团董事长发表了热情洋溢的祝词，对集团2016年的成就给予了充分肯定，希望全体人员再接再厉，为惠华更美好的明天继续努力奋斗。

年度先进表彰 ANNUAL AWARD



大众沈阳店保险经理——王铁男

在保险费改政策出台，全国事故维修下降的劣势市场环境下，通过迅速反应，提出小修快修方案，完美的达成了集团下发的全年KPI指标；续保台次实现了翻倍增长。



奥迪沈阳店钣喷车间协调——耿鲁宁

在事故车进厂量大幅提升的情况下，从车间6S管理到效率管控，皆稳步提升。在他的带领下，车间环境焕然一新，工作效率提升50%，全年维修产值突破3000万大关。



大众沈阳店行政管理员——耿璐

尽职尽责、任劳任怨，精心做好行政管理最基础的琐碎工作；用心琢磨，每一分钱精打细算，以最小成本维护物产设备的良好运行；不论是否个人工作范围，不论本单位还是兄弟单位，有困难需要支持时都乐于相助。



一汽轿车沈阳区域服务顾问——王红庆

2016年个人事故车产值占事故车总产值的65%，个人自费产值占服务部总产值的41%，连续5年部门产值第一，连续5年被评为店优秀员工。



丰田铁岭店总经理——董超

把危机当做机会，把困境当做挑战，2016年带领团队逆势而上，勇于拼搏，最终实现扭亏为盈，达成盈利100万的挑战目标，为丰田铁岭店翻开新的篇章！只为成功找方法，不为失败找理由是他工作的座右铭。



马自达服务顾问——张旭

作为骨干员工，日复一日地在一线的岗位上默默付出，用他真诚的服务赢得客户的信任。他以高标准展现自己的人生价值，用不懈的努力为企业创造每一笔财富，用行动证明自己的职业精神，2016年度完成个人总产值478万元。



解放（长春）沈阳区域商用车销售——袁野

开发新大客户30余组，充分把握优势、合理利用厂家优势资源和政策，2016年完成销量计划的239%。贷款渗透率70%，超额完成任务。

惠华之星奖



解放青岛朝阳店总经理——朱明山

2016年8月任命解放青岛朝阳店总经理，9至12月份，完成销量超百辆，超额完成销售及利润指标，2017年他将带领团队发起新一轮冲锋。

备品事业部备品销售经理兼大客户经理——刘晓玲

2016年带领配套厂全员积极开发社会市场大客户，使新项目有了量的突破，超额完成了集团和厂家下达的销售和利润任务，并连续三年荣获全国锡柴专营店第一名。



集团审计总监兼信用控制部长——关心

使融资租赁业务迅速打开局面，从前期合同方案的制定到业务层面推动，付出了大量心血，起到强有力的推动作用。



集团资金管理部会计——刘春燕

每天周而复始面对枯燥的财务报表与数据没有磨灭她的工作激情，面对金融政策调整，努力创新、为企业筹集资金、降低融资成本做出突出贡献。



最佳团队奖



奥迪沈阳店
二手车团队

从2015年9月组建新团队开始，他们克服所有困难，销量翻两番，利润翻两番、厂家返利翻两番；每一次成长和蜕变都饱含他们辛勤的汗水，他们以实际行动证实了多一份付出就多一份收获的道理。



奥迪辽阳店
服务团队

2016年，他们群策群力、奋力拼搏，维修台次、维修收入、部门利润全部实现了同期增长。维修台次达成102%，维修产值达成100.6%，服务部利润达成108%，质量考核拿到全额返利，实现了开业以来持续增长，2016年实现大满贯的优异成绩。



商用车沈阳区域
衍生团队

12人的团队承担着解放长春、青岛沈阳区域、解放青岛辽阳店、朝阳店的消费信贷、保险、精品、运输公司及融资租赁的考核、放款、清欠工作，2016年合计放款1303台次，全年垫付率低至2.2%，开发并推动了卡车前装类精品的销售，有力的保障了各店衍生项目经营指标的完成。

商用车沈阳区域 财务团队

她们是一群认真的人，忠于职守、一丝不苟。用智慧和汗水奋力打拼，用坚韧和毅力默默耕耘。工作枯燥却充实，流程单调却重要，习惯了月末加班，习惯了数字相伴，前方有销售业绩蒸蒸日上，后方有财务核算保驾护航。



解放盘锦店 销售团队

2016年，在竞争激烈的市场环境下，他们认真分析市场形势、钻研产品、充分利用及争取厂家政策，坚持主动出击，最终实现2016年整车销售计划达成率170%；其中贷款车销售计划达成率165%。

备品事业部 仓储物流团队

一个团队的精神就是一种力量，一种不服输的干劲就是一种追求，认真、严谨管理库房的物资，及时、快捷、准确发送货物，他们淳朴坚毅，任劳任怨，配合销售部门出色的完成了2016年度的工作任务。



优秀单位奖



大众沈阳店

2016年汽车行业动荡起伏，他们凭着锐意进取，从不放弃的精神超额完成店利润指标，较去年同期提升超千万，为我们展现了旗舰店的风范；持续优化服务流程，不断创新营销模式，持续提升客户满意度，不断超越是他们坚守的执著与信仰。

丰田铁岭店

为了生存，更为了期待已久的荣誉，他们背水一战，绝地反击，2016年首次实现盈利，利润同比增长394万。一次次变革，一次次超越自我，一次次挑战不可能，他们印证了办法总比困难多。





REPRESENTATIVE STATEMENT

突破，敢为人先

文 奥迪沈阳店 王雪

大家好，现在由我对奥迪沈阳店二手车业务的达成及提升情况进行汇报及分享。报告内容主要分为以下四个部分：

- 1、2016年奥迪沈阳店二手车业务指标达成情况
- 2、2016年二手车业务开展措施及效果
- 3、2017年二手车业务重点工作及指标分解
- 4、2017年奥迪沈阳店二手车业务未来规划

一、2016年奥迪沈阳店二手车业务指标达成情况

1、首先，对奥迪沈阳店二手车业务2015年及2016年同比完成情况进行展示：



2016年置换台次达成262台，置换台次同比2015年增幅147%；2016年置换率为10.7%，置换率同比去年增幅为121%。



2016年销售台次达成332台，销售台次同比2015年增长134%；2016年的进销差是190万，进销差同比去年增长126%。

通过上半年的努力，我们在2016年下半年超越了同城同品牌优秀经销商的置换率。但是在同品牌的库存量上仍有差距，这也将是我们2017年的提升目标。

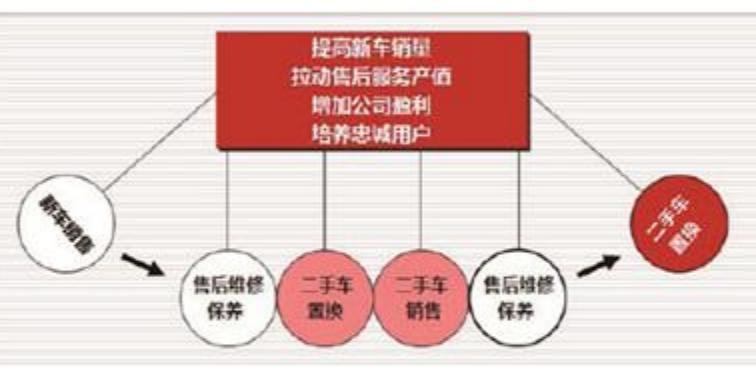
2、2016年奥迪沈阳店二手车业务指标达成情况：置换完成率为134%、销售台次完成率为162%、销售占比完成率为165%、毛利完成率为136%。

早在欧美及发达国家，新车占比为20%，二手车占比为80%。据统计，2016年国内二手车市场的发展打破了之前新车销售对市场的垄断。以北京市场为例：2016年北京累计交易新车43.5万辆，下降5.46%；2016年北京二手车累计交易过户66.49万辆次，新旧车交易比例达1: 1.5。国内二手车流通协会预计到2020年全国新车与二手车比例为1: 1。这一点集团在2016年年初确立了具有前瞻性的战略方向：即扩大二手车的经营规模、深挖二手车销售渠道、重点开展二手车业务。

通过这一年的摸索，我们发现了一个值得深思的问题：“如何守住奥迪车辆的整个生命旅程”。客户从购买

新车到后期的维修保养，再到出售，再进行二次销售，这是个生命周期的轮回。据一汽大众二手车市场调研统计，近九成的本品牌车辆，全部流失到二手车市场而没有回到4S店。如何保证本品牌二手车的回购率，减少市场流失、保证生命链的完整性；提高新车销量、拉动售后服务产值、增加公司盈利、培养忠诚用户，使奥迪车辆生命周期的每个环节均在4S店实现。

二手车指标	目标	完成	完成率
置换率	8%	10.7%	134%
销售台次	219	355	162%
销售占比	10%	16.6%	165%



二、2016年二手车业务开展措施及效果

二手车业务的开展分为以下四个方面：人员调整、业务梳理、市场宣传、学习培训。

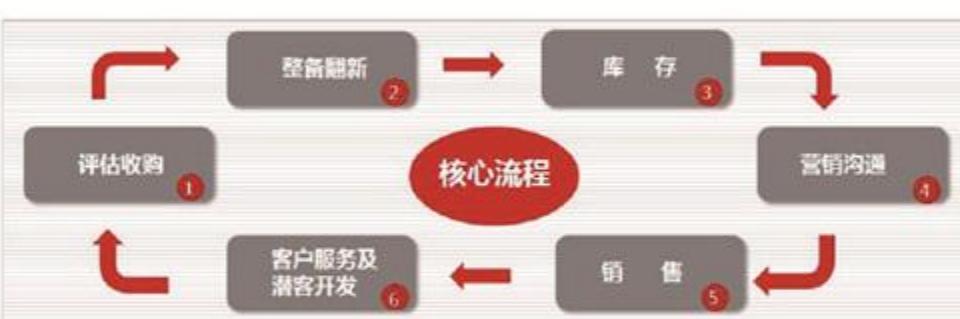
1、人员调整

根据一汽大众奥迪对发展级经销商的要求，我们配备了如下岗位。随着业务的逐渐发展及需求，由原来的6人增加到14人。

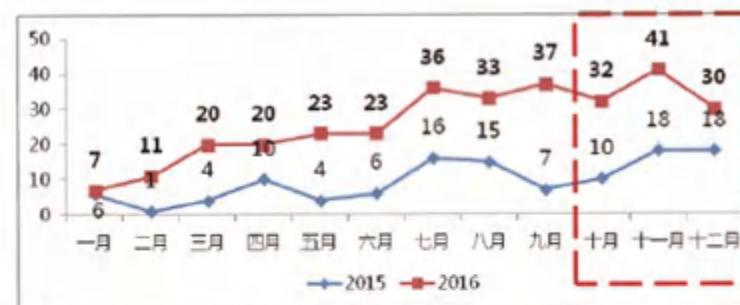


2、业务梳理

从评估收购—整备翻新—库存—营销沟通—销售—客户服务及潜在客户的开发，以这6项核心流程为中心，确保专人专项，形成齿轮结构以保证二手车业务稳步运转。



(1) 业务梳理—收购：采取多渠道主动出击
置换--精化置换购车政策，鼓励用户旧车置换、调整销售顾问KPI，高激励高惩罚，丰富展厅二手车元素物料，如水旗，二手车指示看板等；
单独收购--针对五年内保有客户进行主动出击，外呼邀请到店评估、大客户及知名小区走访；上门免费评估、积累潜客；每周调研市场，深挖省内二手车行情和新车上市情况，拓展收购渠道；
厂家拍卖--借用厂家资源合理出价拍卖，利用特有车源提高本店在二手车市场的独有优势，发挥特殊商品车



的优势；贷款购车打破原有贷50%的规则，增加贷款额甚至零首付，提高手续费收入；

服务收购--2016年实现“0”的突破，评估92台，本品牌收购5台，利润8.6万元，单车利润1.7万元，留档率达70%。评估奖励与收购奖励双重考核，并在交车时推荐专属服务顾问。

2016年二手车业务在收购环节取得的效果：从下半年开始，收车量逐渐上升，单月最高达到41台，在三季度和四季度收车量分别突破100台。

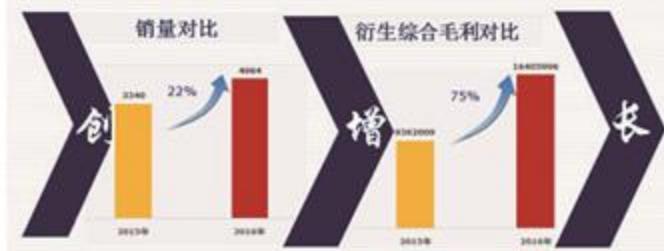


REPRESENTATIVE STATEMENT 突出重围， 打赢利润提升之战

文 大众沈阳店 王文青

今天与大家共同分享大众沈阳店2016年的工作成果，我的汇报共五个部分。

一、数据展示



2016年大众沈阳店较2015年销量增长22%；衍生综合毛利较去年增长75%；销售利润实现跨越式增长。

二、销量提升的经验分享

目前我们的销售渠道一共分为三个部分：大用户14%，网络销售39%，展厅销售47%。为保证销售质量，今年没有与二网进行合作。大用户，网络销售和展厅销售较去年同期均有不同程度增长，其中大用户增长浮动较大，同比增长315%。



1、大用户增长主要有体现在两个方面：

(1) 在2016年我们创建了以租代购新的销售模式，引领了市场。在2016年年初，一汽厂家将租赁性行业做为战略性大用户，给予较好的政策，我店凭借集团拥有融资租赁公司的优势与一汽事业部相关领导沟通，使我店作为沈阳区域的独家试点，享受独享的政策，制定了以租代购的新的销售模式。



我们在店内的微信平台上做出宣传，主要针对集团内部员工和公务员或是资质较好的客户。2016年我们合计销售122台，得到厂家关键用户支持（除大用户常规政策）200多万。

(2) 网约车销售。当得知有网约车的相关信息时，我们立即制定了网约车相关政策，并包装出网约车车型，由销售总监亲自带领大用户专员进行市场走访。在网约车刚刚盛行时，客户群体都很有特点，大多是凭借个人的资源形成的团队，承租门市进行宣传。印象最深刻的是重工街附近的一家租赁公司，共有四名男士，有银行系统工作的、有做网站宣传的、有租赁公司的，在洽谈过程中，他们一直向给我们展示他们规划的宏伟蓝图，我很用心的听并与之交谈，在整个沟通中并没有着重谈论功利性的话题，只是为了给对方留下好的印象。结束走访之后，同事问我是否觉得他们像大忽悠一样，不可能买我们的网约车。我坚定的回答：我要达到的目的是无论最后是否能够成交，只要对方选择一汽大众车辆，就一定会在我手里买！不管地理位置在哪，都不能放过任何一个机会。每一次见面都要做到以诚相待。

而事实证明，我的真诚得到了回报。其他的大众4S店再去找那家单位，他们只说了一句话：我们要买一汽大众的车只跟辽宁惠华的王总谈！通过这件事还发现了一个现象：当你成交一单生意时，在身边很多类似的圈子，凭借

互相介绍，会有很多主动上门买车的客户。在7月份的时候事业部的大用户经理还专门打电话夸我们惠华的大用户工作做的真不错，并从系统中提报数量来看，我们在东北区是第一！我们表示我们仍将会继续争做第一！



2、网络销售同比去年增长18%。

经过之前的网络销售经验，根据日常业务的需要、数据反馈及工作内容整理，在2016年创建了比较完善的组织架构。网络经理、邀约组长、邀约专员、数字化营销专员各一人，邀约共4个小组，分别对应销售顾问。对于网络来说，线索量非常重要，我们通过精心挑选并单独设置数字化营销专员，被汽车之家评为2016年度沈阳地区各品牌线索量第一！面对庞大的线索量，我们设置专项的邀约专员，通过对邀约到店率的考核最大限度邀约客户到店，保证线索不浪费，保证到店的客户由优秀的销售顾问进行接待，并通过成交率的考核达到网络效率最大化。



3、展厅销售同比去年增长34%。在当前竞争日益激

烈的今天，服务显得尤为重要，对于展厅服务来说，给客户留下的第一印象非常重要。所以，在2016年，我们创建了微笑服务。微笑等待、微笑迎接、微笑倒水，同时为客户展示我们员工每个人最为优秀的一面。在每个月评出销售冠军、销售冠军团队、微笑大使。使客户进店第一时间就会感受到优质的服务。并为客户提供VIP留档本，让客户有尊贵的感觉。

通过这三个环节的共同出击，我们最终获得一汽大众厂家2016年度销量贡献奖。

三、利润提升

利润是毛利减去费用，首先做到的是毛利最大化。毛利的组成主要是厂家返利及衍生3项和其他的创新项目。厂家返利的获取原则是拿高和拿满，各项指标按照最高档获得。同时所有奖项都要拿到。我店获得全国5星经销商等共计返利6700万。衍生3项中，保险毛利达成预算的150%，目前店内基本已达到客户100%投保。为了增加毛利，对每台车的保险项目均有要求车损，三者盗抢，不计免赔等必保项目。精品毛利达成预算的124%，通过了解客户的需求及市场竞争力的产品，包装惠华版车辆，且每一款车型都有一个富有含义的名字，这使客户认可度相对提高，引领了市场。贷款毛利达成预算的168%，通过厂家的贴息政策及店内包装销售政策，贷款渗透率达到50%，同时通过控制和测算取得金融公司返利最高档。去年平均每月可获得一汽金融、大众金融最高返利1200元/台。费用节余175万，通过有效的绩效调整及组织有效的市场活动，并在工作中严格控制各项整备费的结余。李总要求我们要不断创新，作为管理层要想在如此竞争的市场环境中具有强大的竞争力，就要不断地去创新、创造盈利点。

在2016年我们开始尝试的新盈利点，首先接触集团推出的融资租赁，据了解，各租赁公司对此方案的接受度较高，这也将成为我们在2017年100万项目的其中之一。其次，我们学习北京优秀经销商的案例，收取上牌服务费，这也成为了新的盈利点。这两点在2016年初见成效，并在2017年仍将持续。通过实践发现，其实还有很多新项目可以探索，在新的一年，有两个项目已经在计划中：一是店内玻璃划痕险，七个100万项目之一；二是非车险业，目前已推出的百万身价，这迫使大家要不断探索、不断争取。

四、市场活动



2016周年店庆酒店团购活动，成交166台



夜间闭店活动，成交50台



店内团购活动，88台

有效的市场营销活动也是推动销售规模的有利支撑，在这里与各位分享几个2016年发生的活动案例。

第一个是酒店团购活动。此次活动达到的效果很好，主要依靠的是预热周期的时间、活动地点的选择上，我们选择在棋盘山绿地博瑞酒店，交通不发达，客户无法单独回到市区，只能依靠我们的交通工具。另外活动现场的氛围也感染到客户的成交，当天成交量为166台。

第二个是闭店活动。这种活动适合安排车展的前一天，时间通常安排在18:00-20:00，期间为客户准备简单的晚宴，目的是提前实现手中客户，在车展时全力突破公共池的用户达到真正的增量的效果。

第三个是店内的团购活动。当天邀请了一汽厂家区域经理助阵，让客户真实地感受到确实是厂家的政策。

五、打造一支富有激情、高执行力的团队

作为销售人员，首先要充满激情。同时所有创新的项目都需要有一支执行力强的团队。2016年我们的目标就是



打造一支富有激情，高执行力的团队。

在2016年我们为各个模块都做了一个挑战指标，每达到一个指标，都会为自己庆祝一下。设定整体目标目的是让大家有整体荣誉感，也是让团队懂得只有公司整体任务完成时，才是真正完成所谓的任务而并不是个人的单独业绩所主导。在2月份我们贷款渗透率首次突破50%，在7月份达到峰值，单月销量超过460台，总产值超过190万，大用户单月突破130台。

对于销售顾问，实行优胜劣汰的原则。不断激发销售顾问的潜能，每月评比销售顾问综合冠军奖，并给予冠军车位的荣誉；在每次活动中设定不同的激励政策，有现金的、有物品的；每次活动结束后进行总结，表扬好的销售顾问、刺激未得到的销售顾问保持挑战的欲望。

销售激情无处不在，每次活动时都会通过简单的装扮来激发销售顾问的销售热情，这也会感染到客户。与各位分享的图片是五四青年节、圣诞节和万圣节的装扮。

销售工作属于高压行业，领导要求销售人员的工作必须达到标准和要求，但同时也应给予适当关心。领导与员工之间要加强沟通，相互了解。例如，在店内组织活动前或者在节假日时会发红包、圣诞节为销售部每一个人送礼物，由于在冬季交车提车或者除雪时，可以送手套，礼物不大，但是却暖心。这一个小举动即能让员工心里感到温暖，也更能激励大家更加努力地去完成每一个任务。

2016年是收获的一年，2017年是挑战的一年。我们将会不断创新，创造一个又一个奇迹！



REPRESENTATIVE STATEMENT

传统销售向汽车金融的华丽转身

——商用车融资租赁提升经验总结

文 解放长春沈阳区域 陶晓明

我的汇报主题为：传统销售向汽车金融的华丽转身——商用车融资租赁及外品牌信贷提升经验的分享。内容分为以下几个方面：

- 1、集团融资租赁公司诞生的背景
- 2、店内开展融资租赁业务经验分享
- 3、16年店内融资租赁取得的业绩及17年融资租赁目标
- 4、惠华融资租赁的战略机遇及17年的经营思路

一、集团融资租赁公司的诞生的背景。

1、卡车行业信贷需求逐年加大

随着近年来商用车产品的技术和配置的逐步提升，产品价格节节攀升，致使客户一次性购车成本大大增加，无形中加大了运输企业的经营负担，从而导致商用车通过信贷购车的需求越来越大。而信贷销售恰恰也是我们集团商用车重要的盈利手段。

2、我们代理商受制于金融机构，承担全额的信贷风险却无法获取金融业务的利息收益

作为集团的商用车版块，多年来我们与一汽财务公司等多家金融机构合作，开展商用车消费信贷业务。在整个业务的利润构成中，代理商的盈利点只是停留在收取贷款手续费和保险收益方面，而信贷业务的大部分利润被金融机构以利息的形式收取，同时所有的风险全部由代理商承担。面对这种风险和收益不相匹配的局面，代理商却无能为力。一直希望未来有自己的融资平台，让我们可以获得更多的金融收益、真正实现风险和收益的匹配。

3、集团成立融资租赁公司，迎来发展机遇

多年来集团一直坚持战略前行的发展路线，在不断深化保险、贷款等衍生业务的同时，看准了汽车金融的发展潜力，于2016年3月在天津港自由贸易区，注册成立了“惠华融资租赁（天津）有限公司”，将传统汽车销售、服务的业务延伸到汽车金融领域。使得我们有机会享受到金融产品带来的红利，迎来了快速发展的机遇。

二、店内开展融资租赁业务的经验分享。

经过半年多来的融资租赁业务开展，店内取得了阶段性的成果，总结经验，分为以下五个方面。

1、愿意做

由于商用车一直希望能够有自己的金融公司，从而更加灵活的为客户提供多样化产品，获得更多收益。多年来商用车信贷业务风险全都由自己承担，已经形成了风险控制体系。店内不存在怕风险、怕麻烦的思想负担。惠华融资租赁公司的成立让我们多年来的愿望得以实现，所以从店内领导到业务人员，都非常重视并以欢迎的态度来对待融资租赁业务。也就是从态度上愿意做。

2、做什么。

商用车新车的信贷业务在市场上已经很广泛开展，而且通过一汽金融公司还能够得到厂家的贴息政策支持，我们的租赁业务没有价格优势，传统的信贷领域没有我们融资租赁生存的空间，我们该何去何从。

经过调研和团队讨论，我们感觉商用二手车信贷业务市场空间很大，但是由于评估困难及风控问题，市面上金融机构几乎没有人开展二手车信贷业务，客户二手车信贷行为多数在小贷公司完成，同时非代理品牌的厂

家，多数没有贴息政策。那么在这些领域我们的融资租赁政策相对就有较强的竞争力。最终决定将商用二手车和非代理品牌作为切入点，开始推广集团的融资租赁业务。也就是说我们有了业务的方向，知道做什么。

3、怎么做

融资租赁与消费信贷在流程和债权、债务关系方面有所不同，需要重新梳理。在没有专业人士指导的情况下，幸亏我们有着多年信贷经验的团队。由集团信用控制部关总监牵头、会同集团财务部、衍生部、法务部一起，用了仅仅不到半个月的时间，就融资租赁的合同文本、管控流程、收费标准、贷后风险等方面逐一进行了梳理和规范，最终形成了惠华融资租赁的标准化操作流程。使得我们的业务得以顺利、规范的开展。我们知道了怎么做。

4、着手做

万事开头难。虽然把商用二手车和非代理品牌作为业务开展的方向，但是，毕竟我们的金融产品、资金成本较高，是否真的有市场空间，客户能否接受我们的价格，操作过程中还会遇到哪些困难，都需要在实操过程中得到验证。

业务伊始，我们找到一些熟悉的客户宣传租赁产品，遇到客户对价格有异议的情况，我们不断的跟客户讲解租赁业务的优势：如贷款手续简单、资金充足、效率高、放款快、收费透明等等，另外，由于社会上没有正规的银行开展二手车业务，因此，通过我们的融资业务，用户不用再去社会上“抬钱”，也不用再去寻找小额贷款公司支付高额的利息费用。经过不断的宣传，逐渐开始有客户尝试我们的产品，实现了成交。试点过程中，我们也确实遇到了一些流程问题，但是在操作中都得到圆满的解决。当第一笔融资款手续齐全、放到用户手中的时候，终于长长的松了一口气。实践出真知，惠华融资租赁业务开始起航。

5、越做越好

随着租赁业务的陆续开展，我们得到了更多的市场信息及客户需求，有的客户手中有二手车，想获得运营流动资金；有的客户自己有车暂时不想卖，但是想再增加车辆；还有客户有客车或非商用车的融资需求。经过论证，我们发现针对这些多元化的客户需求我们都可以通过融资来实现，充分体现了融资租赁业务的灵活性，并得到越来越多客户的认可。随着时间的推移，我们的业务量越做越大，从开始每月1-2台，提升为4-5台，最多一个月销量突破15台，随着惠华融资租赁的知名度越来越响、人员越来越专业，相信我们的租赁业务一定会越做越好！

三、2016年店内融资租赁业务取得的业绩

2016年经过近半年的推广，解放沈阳店租赁销售的区域遍及沈阳、辽阳、阜新、铁岭、锦州、鞍山、四平等商用车需求较大地区，品种有解放品牌、非代理品牌的新车、二手车，同时还销售了客车、校车等产品。半年内融

资租赁销量86台、融资额900万，收益率超过20%，取得了阶段性的突破。

四、2017年店内融资租赁的业务目标

经过2016年的业务探索，解放沈阳店制定了今年融资租赁目标：2017年目标销量同比增长196%，融资额同比增长248%，融资毛利同比增长300%。

五、惠华融资租赁的战略机遇

引入外来资本，打通融资渠道，迎来发展机遇。

在2016年12月21日，辽宁惠华汽车集团与辽宁瀚华投资担保有限公司签订战略合作协议，瀚华集团作为中国首家登陆国际资本市场的全国性普惠金融投资集团，将利用其自有富民银行和上市公司的资金优势与我们开展合作，先期给我们授信5000万额度，后期将采取入股惠华融资租赁的方式进行股权投资，与集团共同开展厂家的总对总汽车金融服务，围绕主营及衍生业务开展互联网金融，将产业与金融更紧密的结合，增加盈利能力。

六、2017年融资租赁开展的经营思路——业务发展三步走

针对与瀚华担保的战略合作，2017年拟采取以下三步走的策略来开展融资租赁业务。

(1) 扩大现有的直客业务规模

2016年操作的业务基本都是直客业务模式。2017年继续开发二手车集中地区市场，争取在二手车融资租赁直客方面取得更大的销量。

(2) 2017年开展间客业务模式试点

2017年将在本省及外省选择有实力、有信誉的经销商开展间客的融资租赁业务试点。这样我们可以快速做大业务规模，同时也能规避业务风险。间客模式如果顺利开展，惠华融资将很快会达到或超过亿元规模。

(3) 与厂家洽谈总对总的战略合作。

在间客模式试点成功后，我们将与一汽厂家洽谈融资租赁的总对总合作事宜，通过这种合作我们既可以申请厂家的贴息政策支持，又可以面向东北三省甚至全国开展融资租赁业务。如果厂家总对总的合作能够实现，惠华融资租赁的业务预计会达到十亿甚至几十亿的规模，前景非常广阔！

当今社会已经进入互联网时代，无数的互联网企业都是通过积累大量的客户资源从而实现资本运作和金融衍生来获取利润。我们作为线下的汽车销售服务实体店，多年来积累了大量的客户资源，同时客户也需要专业、个性化的汽车金融服务，惠华融资租赁的诞生，恰恰可以满足客户的多样化的产品需求，而与厂家总对总合作，将给惠华集团提供更加广阔的发展舞台。时不我待，让我们抓住机遇、快速反应、乘势而上，真正实现惠华集团从传统汽车销售向汽车金融行业的华丽转身！



REPRESENTATIVE STATEMENT

思维改变行为 行为决定命运

文 丰田铁岭店 董超

下面由我对2016年丰田铁岭店的工作进行汇报，汇报将分为以下四个部分。

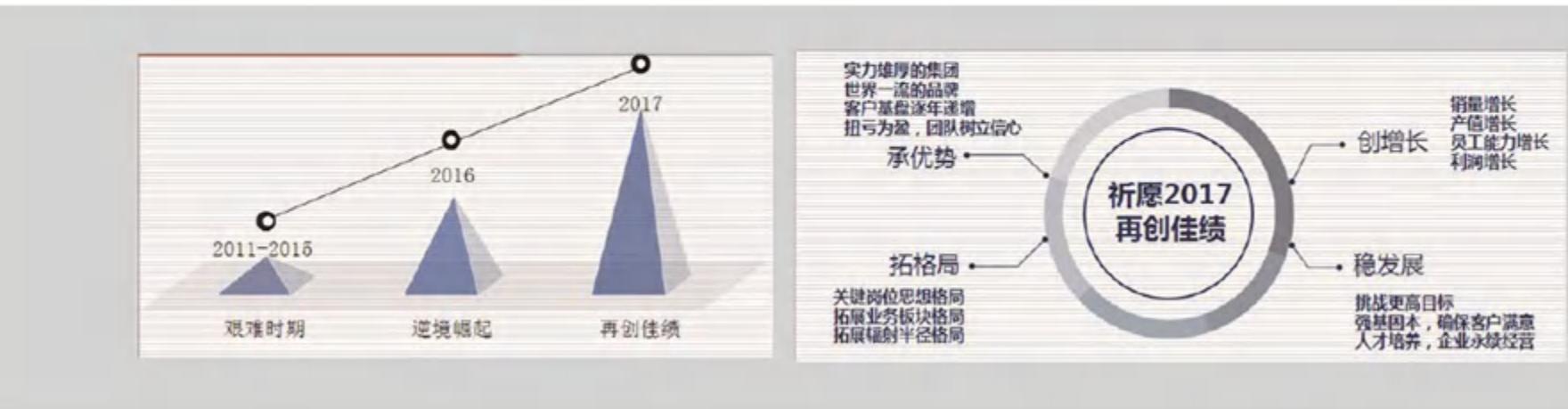
第一部分：目标设定

我是在2015年9月份加入到惠华集团这个大家庭中，同年12月份就任丰田铁岭店总经理一职。当年店内亏损巨大，开业5年的时间里，亏损近千万。可以说是非常困难的一个时期，自身也是感觉责任重大，压力重大！

在这种情况下，使我不由得思考，自己作为一名职业经理人的价值在哪儿？该如何体现？首先我认为职业经理人的核心价值就是为企业谋求利润、为消费者谋求品质、为员工谋求福利、为社会分担就业。作为一名管理人员，不能做命运的屈服者，而是要成为一个给团队带来希望的人，并且要将这种希望细化到可以执行、并最终得以实现。并且要有意识的引导团队产生“赢”的欲望、带领团队达到“赢”的目标、提升“赢”的能力，最终培养团队养成一直“赢”下去的习惯。所以，在2016年初，将丰田铁岭的重点工作方向定为：扭亏为盈、持续发展、员工满意、股东满意！

全店的工作方向确定了，接下里要做的就是为团队导入积极、正向的价值观。任何事物的接受，都离不开思维的导入。经历了历年的累计亏损，我能感受到团队中尤其是管理层中有一种深深的失落感，有人曾和我说，在集团开例会的时候，真的是不好意思抬头。每当这时，我会告诉大家，无论在什么情况下，要想获得尊重和尊严，首先要把腰板挺直，要把事情做好。如果自己都瞧不起自己，还有谁会瞧得起你？什么叫做把事情做好？那就是要让企业盈利！企业成立的目的一定是盈利，如果我们不能够让企业实现盈利，那么我们就是在浪费资源，浪费投资人的钱！在这个过程中，如果今天不能努力把工作做好，那么等待我们的就是明天努力去找工作。目前的时势和时局都迫使我们必须做出思想转变，如果思想转变跟不上公司整体的变革，那么只能换人！这个社会永远没有人会同情弱者，要想不被淘汰，我们只能让自己变强！

于是在2016年初，我向店内管理层提出了丰田店今年要盈利100万的挑战目标！在当时的情况下，这个目标听起来似乎有些难以想象，也有些好高骛远。经过和管理层的几次分析讨论后，我们最终统一了这个目标，只因为一点：如果我们连个梦都不敢去做，那么我们还能做什么？



么？越是看似难以实现的目标，越要努力把它达成！

第二部分 细化执行

目标统一后，店内开始为了实现这个目标展开细化的具体工作。重要的一点，就是通过对数据的分析，找出我们现在应该提升潜力最大的业务板块。

通过数据分析，店内最大的亏损板块是销售衍生板块。销售新车利润倒挂严重，衍生业务毛利不能有效弥补销售价差，整个部门难以自负盈亏。所以在2016年里，将销售衍生板块作为关键利润的增长点。

随之对销售衍生板块做出了4点调整。首先是绩效调整，由以往的销量导向转变为量和利的共同考核，使全员都有盈利意识。再针对库存做出优化，集中处理了难销车、滞销车，降低这类车型占比，并且采购车型全部向低配车倾斜，为精品加装预留出充分空间，并且设定了前装率的要求和前装标准，对销售人员进行了多频次的专项培训和考核。最终使整体库存深度降低至0.5，精品单车产值约8000元。为全年盈利100万提供了强有力的保障。

在盈利势头逐步转好的情况下，店内多次对主要开展的工作进行及时调整。一季度，首要任务是为团队树立信心，基础工作至关重要。在一系列的调整和改进后，一季度全店盈利18万，实现了开门红，为团队建立了信心。二季度继续对库存进行优化和调整，使库存达到良性循环的状态，实现盈利34万。三季度在精品产值达到7700元、上升空间有限时，主动调整利润车型的销售效率和资源，实现盈利66万。四季度通过销量最大化，从而达到返利最大化。另外重点关注事故车，最大程度的降低了在修车，使服务毛利最大化！

最终，丰田铁岭店实现了自我挑战目标：盈利105万，同比2015年提升394万！其中销售衍生毛利提升216万！销售衍生部利润提升280万！这也验证了我们紧跟集团脚步狠抓衍生业务提升的重要性和正确性。

第三部分 典型案例

在全店扭亏为盈的过程中，有两件事情让我印象深

刻。在10月份的最后一天，由于气温骤降的影响，物流运输的板车挂链在辽中服务区抛锚，导致车辆无法按预估时间及时到店，这将导致当月销售目标难以达成，预估损失返利近40万。得知这一情况后，店内销售团队主动开车前往服务区，勘察现场情况，发现板车司机正在睡觉，主要由于费用原因需要等待本公司的维修人员，理论上车辆当日无法到店。在经过沟通后，销售团队主动的联系了修理厂，并帮忙生火、打热水、买配件，最终保证了板车在下午4点钟到店，销售部实现了当日订车7台、交车11台的历史最高纪录，超额的达成了厂家的任务，获得返利50余万。在12月份，由于是事故车旺季，服务部在修车数量居高不下，导致出库成本过大，服务部迟迟没有毛利体现。这时的服务部，开始了为期近20多天的连续加班，最终抢修出40万的维修产值，当月，服务部事故车产值接近百万。

通过这两件事情，可以看出团队的转变。想不想干事态度、能不能干事责任、会不会干事能力！有态度、有责任、有能力的团队，战斗力一定是非常强大的！丰田铁岭店在潜移默化中，正在向着这个目标而努力，同时向上下同欲迈出了第一步！这一点也是最让我感到欣慰的。

第四部分 祈愿2017，再创佳绩

丰田铁岭店在经历了2011年到2015年的艰难时期，在2016年中实现了扭亏为盈、逆势崛起，在2017年里，丰田店将秉承着集团和品牌优势，提升人员的思想格局，努力拓展业务格局和辐射半径，创造销量、产值、利润的共同增长！强基固本，再创佳绩！

最后用习总书记的一段话来结束此次汇报：历史总是要前进的，历史从不等待一切犹豫者、观望者、懈怠者、软弱者！只有与历史同步步伐、与时代共命运的人，才能赢得光明的未来！预祝集团内所有兄弟单位，能在新的一年里勇攀高峰，再创佳绩！共同为铸就惠华集团辉煌未来添砖加瓦！



REPRESENTATIVE STATEMENT

把握机遇 迎接新挑战

文 解放青岛朝阳店 朱明山

2016年8月21日，我接到集团任命，来到解放青岛朝阳店担任总经理一职。印象中朝阳是一个相对偏远、经济较为落后的城市，我带着忐忑的心情、带着领导的嘱咐和寄托，来到了这里。到了朝阳真正的见识到了与之前盘锦反差的经济环境，从人均最富裕到人均最贫穷的地方，面临的是新团队、新市场、新机遇和新挑战。

一、开发市场

朝阳市场布局分散、交通不便，由于我们的团队刚刚组建，人员较少，而且还要兼顾经销商入网、开发市场、贷款客户考核、签订合同、走访区域二网、洽谈客户等一系列不能耽搁的工作。4个月的时间里，我们开发了朝阳市附属的各个县城，以及锦州、凌海、赤峰、通辽等区域新二网，并成交了锦州大客户贷款28台、朝阳市大客户贷款8台、凌源县大客户贷款6台。

二、政策突变

2016年9月21日国家实行GB1589新国标，保持了数年的车辆限重标准被改变，随之而来的是商用车市场的销售高峰，这几乎没有人事先预料到的。突如其来 的高峰，是机遇更是挑战，面对这样的机遇，我想吃下更多，又怕无法消化。订单的突增，始料未及，解放青岛厂家的产能完全供应不上，我即刻联系集团的兄弟单位，相互调配资源，青岛解放没有车了，那就用长春解放车来补给，长春解放没有车就研究从外省调配，以保障销量的增长和订单的完善。

业务量增大后，员工能力的薄弱问题也呼之欲出，公司的两名销售人员都是本地人，他们对于常规的业务还能应付，但对于企业文化、流程、产品结构、书面表达、风险意识都没有基础，我接过来的这些定单，后续的工作成为了最大的问题。为了让他们快速成长，也为了提高自己的能力、提高团队的战斗力，我每一件事情都做一个样板，每一份报告都写一个模板，这样，一点一点、一件一件，时至今日，我们每个员工都可以独立完成从排产到交付结束等一系列工作。这使我觉得最有成就感的不只是销量和利润，还有我们团队的成长和可挖掘的潜力。

三、挑战2017

2016年9月-12月，解放青岛朝阳店共计销售104台车，2017年我们的挑战目标是：挑战400台，挑战净利430万。

四、感恩

感谢集团领导的支持与信任，给我们年轻人的发展空间，给我们好的前程。

感谢兄弟单位对我们在资源和经验上的毫无保留。

感谢我们的团队，感谢他们对我的信任和在工作上的踏实肯干，是你们让我觉得再困难的目标都会有希望！

我相信命运给你一个比别人低的起点，不是在为难你，而是希望你通过努力去奋斗出一个绝地反击的故事，这个故事，不是水到渠成的童话，没有一点坚持和痛苦，这故事是：有志者，事竟成，破釜沉舟，百二秦关终属楚。这个故事是：苦心人，天不负，卧薪尝胆，三千越甲可吞吴！





REPRESENTATIVE STATEMENT

坚持创造奇迹

文 马自达店 杨硕

下面由我代表马自达团队分享2016年的工作心得，这里将分为四个部分来阐述：

- 1、事故车产值提升
- 2、备件的库存管控
- 3、储值卡业务扩展
- 4、服务部微信营销

第一部分 事故车产值提升

2016事故车产值同期增长8.2%，增长的产值全部为纯利，毛利率提升了9.3个百分点，由原来的41.3%提升到50.6%。很多人看见这个数据可能会认为我们采用了降低成本的形式，采用同质低价件，实际不是这样的，我们主要采取的措施是：

1、取消事故车备件折扣，这个举措使得全年毛利率提升4.3%；

2、按事故车接车产值的5%做专项增收考核，2016年事故车增收产值完成了45万，毛利率提升5%；

备件不打折。我们是怎么做到的？首先统一同城店备件折扣问题，由厂家区域经理帮助协调，两店服务负责人同时保证备件不打折，如违反规定则处以5000元的罚款；其次，非合作保险公司的客户维系，让客户配合我们与保险公司协商，帮助我们解决备件不打折问题，如果备件按不打折回价，对于打折部分的金额全部赠送给客户并可以在本店保养时使用，需要客户配合我们与保险公司强调必须在福达修车；如果保险公司有折扣，需要客户承担时，需要客户向保监局打投诉电话。客户得到了好处，基本上都很配合我们的工作。最后，与保险公司定损人员保持良好的关系，让定损人配合我们先提交报价申请。在这需要重点关注两点：（1）沈阳同城两家店备件都不打折；（2）客户必须在4S店进行维修，并且不承担差价。这样一来所有保险公司的备件打折问题就解决了。当我们再次接到这个保险公司车辆时，直接与新定损员沟通我们店不打折，如有不清晰的问题可以与上一个定损员进行沟通，同时我们也不再维系客户和保险公司。通过两个月的坚持，最终我们实现了所有保险公司备件均不打折的模式。

第二部分 备件的库存管控

1、业绩亮点

（1）2016年完成备品提货额899万，同期增长15%，共获得备件返利49.8万元，同期增加43.6万元。

（2）返利的增长主要有三个原因：第一，充分利用厂家的商务政策；第二，紧盯厂家促销政策；第三，厂家考核。2016年福达综合成绩全国第七名，奖励全部是最高档。

2、管理亮点

（1）订货表的管控使用。2016年备件库存周转率同期提升30%，主要依靠的是预约件表。前台、备件所有人员电脑上有订件表的共享文件，绿色区域由服务顾问填写，内容包括客户信息、订件信息和预约客户回厂时间；粉色区域为到货时间由备件部门填写，当天到货当天维

护。预定件表要求服务顾问到货三天内通知客户、一个月内更换完成，超出一个月电话和短信同时通知客户，如客户还不回厂，此备件不给客户预留，到下个月由服务顾问自行负责销售，如果还是不能销售，第三个月直接开销售单，由服务顾问负责自行购买。

（2）采用内部信息通报机制，QQ群早晚公布。每天早上由备件人员发布到货信息，下班前由备件人员统计发布未出库的备件信息，提醒和要求服务顾问在3天内反馈预约回厂信息，如果有未及时通知客户的，由备件人员统计后每天上报给服务经理。通过一年的坚持，2016年所订备件库龄全部小于3个月。

第三部分 储值卡业务扩展

1、丰富储值卡种类

2016年储值卡收入增长率为77%，在2015年只有保养类储值卡，2016年新增了3000元和5000元面值的工时费折扣类储值卡。

2、会员制度

为了促进客户购卡，推出VIP的差异化服务，成为VIP会员有特权、有优惠。会员按不同星级可享受不同的服务。

3、展示宣传，保证服务顾问的开口率

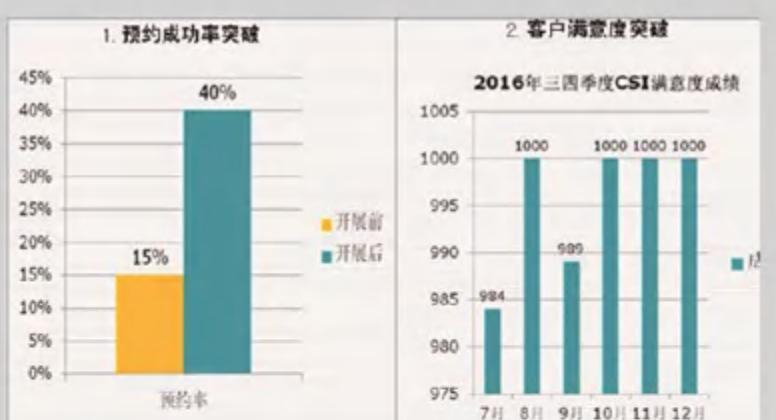
对于新增的储值卡，服务顾问人手一份台卡，要求对进厂客户100%推荐，主要的监控手段是：3日后DC客服回访时询问客户是否了解我们的VIP政策，并纳入到绩效考核。

第四部分 服务部微信营销

1、通过开展微信服务实现了两项突破：

（1）2016年第四季度每月预约保养成功率超过40%，同期提升了167%。

（2）四季度满意度均是满分，全国第一。



2、建立微信服务群。在10月份时开始由服务顾问与客户互加微信，11月建立微信群。同时要求服务部员工禁止屏蔽任何专属管家微信群，做到第一时间回复解答客户的问题。

目的：解决客户问题，给予客户互相交流的平台，提高客户忠诚度及满意度。后期将开展微信营销和预约服务，提高服务产值。

3、效果展示。

首先，统一员工头像、全部为工装照；其次，统一客户群名片为车牌号+车型+客户姓名的模式；最后，欢迎新成员进群，全员隆重欢迎新成员进群，并邀请更改群名片，配合更改群名片的客户，我们会赠送一次深度换油，在客户下次预约进厂保养时使用。

4、服务功能展示。

第一，关怀服务。每天早上8点前由客服部发行天气信息，得到了客户的一致认可。

第二，微信预约服务。客户想保养可以通过微信进行预约，预约客户进厂有工时8折优惠，额外还有雪铲、雪档罩等小礼品赠送；

第三，工作展示。要求车间维修技师每天选出2-3个维修案例以照片或微视频的形式发放到客户群内，并注明作业项目及带来的好处，每次发完照片或小视频以后，整个群立刻活跃起来，纷纷询问自己车辆的情况，同时照片里的车辆客户还表示非常感谢，认为我们的服务很贴心，让他们很感动。

第四，满意度的公示，感谢客户配合。

第五，客户问题反馈。由客服人员通知相关人员进行回答，技术问题由技术总监负责回复。

第六，微信营销活动。服务部每天都会有两个特价产品推出，由客服负责制作海报，服务部全体成员发放微信朋友圈让客户被动接受，这是周三特价产品汽油滤和三元催化清洗，此方案对分流客户进厂有很大的帮助。

最后，感谢惠华集团领导对福达店工作的支持和肯定，2017年马自达品牌团队将继续上下一心、团结一致，保证完成任务！





REPRESENTATIVE STATEMENT

启航

文 保险业务部 武宏光

非常高兴能够和大家分享我的报告，我的报告名为“启航”，因为对于我来说，集团的保险业务和这个部门在2017年都将是一个崭新的开始，因此我借用“扬帆起航”的寓意。

一、集团保险业务部成立的背景和意义

1、完善集团品牌战略布局

众所周知，集团的车险业务已从2012年起至今，已经做得风生水起了，特别是2016年全年保费达近1.9亿元，2016年末寿险的引入将会是集团在保险领域的全新布局。

2、提升集团综合盈利能力

说到综合的盈利能力，让我想到了2005年时刚刚走进保险行业的自己，当时平安的董事长马明哲先生提出了大综合金融平台的概念，表述的是：只要您有需求，金融领域的所有产品都可以一站式完成销售，如保险、银行、金融理财、基金、信托、买房、买车和股票等等；当时的我认为这是在痴人说梦，而短短的十二年后的今天，平安做到了。而惠华集团的今天正向着汽车加金融领域的一站式销售服务平台迈进！

3、顺应市场发展需求

大学本科设立的保险专业、交强险的强制购买、2016年初国家提出“健康保险抵扣税金”的政策和国家对社会保障体系不健全的补充，这一切都证明集团增设保险业务部是完全正确的。

二、首发产品简介--“百万身价”保险产品

数据截至4月15日	月承保（元）	年累计承保（元）	年度排名
全系统	19,050,026	35,665,267	
四川省分公司	3,309,961	7,184,858	1
浙江省分公司	694,888	5,745,738	2
河北省分公司	3,729,369	4,075,512	3
云南省分公司	1,530,253	3,377,376	4
江西省分公司	1,113,206	3,126,476	5
湖南省分公司	1,575,433	1,596,296	6
吉林省分公司	630,726	1,510,063	7
黑龙江分公司	1,314,836	1,459,058	8
广东省分公司	541,253	1,355,199	9
山东省分公司	1,298,567	1,300,092	10

1、开发背景

市场潜力可观。据不完全统计，中国目前私家车保有量为1.8亿辆，驾驶人也达到了2.34亿人，而且这一数据还在不断的被刷新，在全国试销一个月的情况来看，“百万身价”产品得到了广泛的认同，仅以与我们相邻的吉林和黑龙江两省来看，一个月的销售情况为：吉林省达到了70万，黑龙江省更是达到了130万的高点！

2、产品介绍：《人保寿险百万身价惠民两全保险》

投保范围：18至60周岁；

保险期间：30年；

交费方式：5年交、10年交

产品名称	保险责任
百万身价 惠民两全保险	1.满期保险金：主险保费×125%； 2.一般身故或全残：主险保费×105%； 3.意外身故或全残：2倍主险基本保额； 4.自驾车意外身故或全残：70岁前 10倍主险基本保额，70岁后 2倍主险基本保额。
附加百万身价意外伤害保险	1.自驾车意外身故或全残：70岁前 10倍附险基本保额，70岁后 2倍附险基本保额； 2.公交意外身故或全残：10倍附险基本保额。
附加百万身价意外伤害住院定额给付医疗保险	因意外导致住院，按附险基本保额×住院日数给付。每次住院给付180天为限，累计给付1000天为限。



10年交费，共计支出22,170元；

管30年，相当于每天2元钱，相当于两根烟钱；

实际支出=22170-21125=1045元，平均每年支出34.8元；

虽然不“保本”，但实际支出的保费也不高，每天不到1角钱；

真正做到了百万身价30年，满期保险金返还，不花钱的保险！

3、产品销售模式及利益分配

具体的销售模式分为三方面：

- (1) 集团客户销售，即4S店内对购车客户进行销售；
- (2) 内部员工购买，集团员工自购，身价体现；
- (3) 基本法团队销售，基本法团队缘故、转介绍等客户；

内部员工自购利益分配					
险种	交费年限	总体保费	保险公司员工佣金比例	内部员工自购利益	佣金比例
百万身价	5	2860	16.0%	750	26.20%
百万身价	10	2217	22.0%	780	35%

集团客户销售利益分配（4S店）							
险种	交费年限	总体保费	保险公司员工佣金比例	4S店费用（按保险公司员工佣金比例倒推）	4S店总经理奖励	员工销售奖励	合计利益占比
百万身价	5	2860	16.0%	450	50	200	750 26.20%
百万身价	10	2217	22.0%	480	50	200	780 35%

三、团队（2017年经营思路分享）

对于这一部分，我想用一些数字来代表我的经营思路：

2500元 ≈ (2860+2217)/2 新产品件均；

5000元 ≈ 车险件均保费；

1.9亿 ≈ 2016年整体车险保费；

9500万 ≈ 1.9亿/(5000/2500)；

“15 3 1”法则，即向15个人介绍保险，3个人愿意听，最终1个人成交；

633.33万 ≈ 9500万/15 产品年计划任务；

63.33万 ≈ 633.33万/10个月（2017年推动时间）；

52775元 ≈ 63.33万/12个店（按集团所有4S店的保守平均估计）；

21.11件 ≈ 52775/2500=17年平均每月每店完成的件数。

众人拾柴火焰高，我们也希望给大家一个“简单、易懂、易销售、能被客户认同、快速赚钱和帮助集团盈利”的好产品！让我们在2017年一起（17）启航！一起（17）实现梦想！

集团董事长 CHAIRMAN OF THE GROUP

训勉



风云激荡的2016年已经过去了，2016年不确定性非常多，是惠华集团恢复性增长的一年，也是我们集团的一个重要转折点。

我们惠华集团2016年有两个最大的亮点，一个亮点就是调结构、稳增长，实现了重大的突破。2016年3

月份我们在天津自由贸易区注册了惠华融资租赁（天津）有限公司，注册资本是3000万美金，合人民币是壹亿捌仟万元，这在集团所属单位当中是体量最大的一个板块，成长性也非常好，陶晓明总经理在分享中介绍的比较清楚。我们和上市公司瀚华投资担

保集团深度合作以后，资金有了可靠的保障，如果我们前期工作做得好，能够和奥迪、大众、丰田、解放等厂家实现总对总的合作，这个市场空间非常大，不但可以走出沈阳、走出辽宁，可以走向全国，那就不是说几个亿、十几个亿，未来几十个亿、甚至

我们听了以上两位总监的主题报告，七位典型经验分享，都非常好，感受很深。特别是今年我们后面七位的经验分享，是对两个主题报告的诠释和重要补充，希望大会以后我们各个单位认真组织学习和讨论。这几个报告当中的数据都很详实，案例也都非常精彩，我们应该取长补短，不断地完善各个单位的系统性思维与管理。

几百个亿都是可以期待的。

另外，保险这个板块，我看了一下数据统计，全国保险业2015年是2.4万亿的规模，2016年是3.09万亿，增长幅度达到了27%，说明市场空间非常大。融资租赁也好，保险代理也好，它属于金融类或者说叫贴近金融类。大家应该都知道，用钱来生钱，这在经营当中是比较高的水准和境界，当然，融资租赁和保险对我们来讲是一个新事物，希望我们通过学习来成就梦想，通过我们脚踏实地的实践来改变我们的未来。

我们国际贸易板块，经过八年的积累、探索和历练，离一飞冲天的距离是越来越近了，我们经过这八年也打下了比较好的、坚实的基础。备品事业的成长性非常好，我们做得越来越专业，也十分值得我们期待。

第二个最大的亮点，就是我们惠华集团的管理团队。我们的管理团队在2016年有非常大幅度的提升，通过“解放思想、转变观念”的大讨论，我感到我们的管理团队，特别是高管，思想空前统一，步调更加一致，职业操守和职业技能也得到很大幅度的提升，我们应对困难、应对挑战的能力有非常大幅度的提升。我非常清楚地记得，2012年，当我们遇到市场突变，我们的管理团队当中迷茫、困惑、徘徊、忧虑，反映的比较突出；2016年我们的管理团队，特别是高管，应对挑战更加从容、淡定。最近外交部王毅部长评价习主席在瑞士参加达沃斯论坛，有一句话表述的叫“乱云飞渡仍从容”。

这两个亮点使我们惠华集团站到了一个新的起点，是我们惠华集团健康、稳定、持续发展的重要保障和基础。

波澜壮阔的2017年已经向我们

走来，有这几个方面的要求与希望和大家再进一步的强调。一是我们还要继续扎实的把基础工作做好。把每一件简单的事都做好就不简单，把每一件平凡的事都做好就不平凡。我希望我们的管理团队少一些投机的心理。大家都很清楚，在前几年，雷军先生曾经有一句名言说：站在风口上猪都可以飞起来。现在风口过了，雷军已经走下了神坛，小米手机的神话已经不存在了。另外大家也都知道，一向非常傲慢的韩国的三星，因为盲目追求规模，产品质量出现严重缺陷，砸了三星的牌子。值得肯定的是华为集团，它从来没有为了成就自己的梦想去找风口，始终是坚持和坚守，华为是成长在农村的一个土鳖，它爬到了三线城市、二线城市，爬到了中心城市，最后爬向了全世界，这值得我们学习、借鉴和思考。这是第一点希望。

第二点，还是希望我们管理团队带领我们的员工，一定要树立以客户为中心这个思想，一定要为客户提供良好的体验和感受。过去说客户是上帝有点抽象，说客户是衣食父母比较贴切。企业的发展，我们个人的成长，这个权利不在集团，也不在各个店长，客户是有权利用腿、用脚来投票，你没有好的服务，没有真正为客户提供的价值，集客难以完成，更不会有回头客，所以希望我们一定要站在客户的角度，把为客户提供好的服务作为我们一切行动的出发点和归宿。

第三点，希望我们要持续的突破和创新。大家在第一线，比较有切身的感受和体会，现在电商等其他各种模式对我们传统业务冲击和挤压越来越厉害，我们的传统业务空间越来越小，所以客观上需要我们、要求我们

不断的创新、突破，先设立一个小目标。作为一个4S店、一个独立经营单位，要实现革命性的创新难度大，成本也会很高，我们一步一步来。这里至少希望大家有这样三个转变：一是从坐商到行商的转变，我们强调了很多年，有变化，但是不彻底，希望我们继续实现这个转变。第二个转变就是我们要从粗放经营向精细化管理的转变。过去市场好的时候躺着都可以赚钱，现在形势不同了，我们必须向专业化要效益。第三个转变就是要实现低水准、瓜菜代、过得去，向高目标、具有挑战性的目标的转变。第四点要求是希望我们大家要团结协作，要充分整合资源，形成整体优势和合力。团结协作，各个经营单位存在这个问题，各个部门之间一定要推倒部门墙，有些工作单独的部门是无法完成和实现的，必须精诚合作。

另外，我们集团新的业务板块也可能是未来的支柱产业，也需要惠华集团这样一个平台，大家要充分认识平台的价值，合作才能够实现多赢、共赢。

年年岁岁花相似，岁岁年年人不同。闫总的报告中讲到了2016年是我们惠华集团管理团队，特别是高管团队，变化调整幅度非常大的一年，我在这里代表集团对2016年新加盟我们惠华集团的管理层表示，开放的惠华欢迎你们！当然也希望你们带来新风，带来新的气象，也希望我们的老团队支持履新者的工作，积极配合，形成合力。

一年一度的佳节马上要到了，也借这个机会，给大家拜个早年，祝大家在新的一年里学习进步、事业有成、阖家欢乐！谢谢！





集团2016年荣誉榜

经营单位	所获奖项	奖项说明
集团	厂家	解放2016年度投资人奖
集团	行业	全国工商联汽车经销商商会2016年度汽车经销服务模式创新奖
集团	行业	沈阳市汽车流通协会年度十强经销商
集团	行业	沈阳市汽车流通协会年度经营模式创新奖
大众沈阳店	厂家	2016年度一汽-大众大众品牌卓越经销商
大众沈阳店	厂家	2016年度一汽-大众大众品牌销量贡献奖
大众沈阳店	厂家	2016年度一汽-大众大众品牌最佳总经理奖 王占启
大众沈阳店	厂家	2016年度一汽-大众大众品牌最佳服务总监奖 于贺年
大众沈阳店	厂家	2016年度一汽-大众大众品牌最佳市场总监奖 王昌凤
大众沈阳店	厂家	2016年度全国服务竞赛备件亚军
大众朝阳店	厂家	一汽大众东北经销商机修技师规范化维修比赛金奖
大众本溪店	厂家	2016年度“大众品牌沈阳小区贷款渗透率冠军”
大众本溪店	厂家	和谐劳动关系先进单位
溪湖区劳动监察局	本溪市工会	活力建设先进单位
大众本溪店	厂家	二手车置换率沈阳小区冠军
大众辽中店	行业	沈阳市汽车流通协会年度优秀经销商
奥迪沈阳店	厂家	2016年一汽-大众最佳用户满意度奖
奥迪辽阳店	行业	沈阳市汽车流通协会年度优秀经销商
一汽轿车沈阳区域奔腾店	易车网	沈阳2016区域优秀网络营销企业
一汽轿车沈阳区域奔腾店	行业	沈阳市汽车流通协会年度优秀经销商
一汽轿车沈阳区域红旗店	易车网	优秀合作奖
一汽轿车沈阳区域红旗店	行业	保修模范店
中国平安保险公司	丰田店	A级纳税人
丰田店	税务机关	2016年CS优秀店
马自达店	厂家	一汽解放青岛汽车有限公司轻型车部大客户开发与维护奖
解放沈阳店	厂家	口碑服务最佳经销商
解放沈阳店	卡车之家网站	亲密合作伙伴
解放沈阳店	卡车之家网站	



我集团获全国工商联汽车经销商商会2016年度服务模式创新奖

2016 Service Model Innovation Award

文 集团办公室 崔秀敏

2016年12月3日，主题为“不忘初心 再创辉煌”的全国工商联汽车经销商商会（CADCC）十周年庆典在北京西苑饭店召开。

全国工商联汽车经销商商会在2006年12月3日成立，是汽车经销商自发自治的行业组织。成立十年来，商会在积极参政议政、维护会员合法权益、搭建沟通合作平台、提升企业竞争力等方面不断努力，起到了积极的推动作用。

本次庆典首先由全国工商联汽车经销商商会会长李响致辞，总结了商会十周年的发展历程，提出“十三五”期间，商会将以提升影响力和会员凝聚力为

工作方向，以完善决策支持体系建设、会员服务体系建设、交流合作体系建设为工作内容，以构建政策影响、权益维护、研究咨询、教育培训、媒介传播、交流合作6个平台为工作重点，成为在汽车经销行业具有影响力的社会组织，与经销商会员伙伴在新的十年齐心协力，携手再创辉煌。

作为庆典的重要组成部分，在西苑饭店会议厅召开了汽车经销服务行业形势分析会，由国家统计局经济景气监测中心副主任潘建成、国家信息中心制造业处处长李伟利分别从国家经济宏观层面，汽车市场行业层面分析了2017年度汽车行业面对的挑战和机遇，指出汽车仍是经济增长的

强劲动力，但未来增长力量恐趋于减弱，应将目光从关注增长率转向关注增量和质量。会上由各行业专家分别从新能源汽车、配件供应链、汽车定制改装、二手车置换价格指数等角度介绍了行业发展的动态和创新方向，为汽车经销商沟通、互动、探讨行业发展趋势创造了良好的平台。

会后举行了“汽车经销商之夜”颁奖晚会，我集团凭借在国际贸易、融资租赁、保险等板块的业务创新案例获得2016年度汽车经销服务模式创新奖，由全国工商联汽车经销商商会执行副会长辛宁为我集团颁发了奖牌。

大众2016服务技能竞赛颁奖

VW Service Qualification Champion



大众沈阳店获2016年度全国服务竞赛备件亚军

Won the 2016 national service competition spare parts

文 大众沈阳店 张东

一汽-大众每两年组织一次全国服务技能竞赛，2016年的服务技能竞赛在8月初进行全网络初赛，9月份在长春组织区域复赛，最终有60组备件、服务、技术晋级到决赛，我也有幸代表公司晋级到决赛，赛前区域及公司各领导对比赛特别重视，组织团队为我们参加比赛的人员找来往年的竞赛试题，同时也帮助我们分析了出题方向，决赛11月初在佛山工厂如期举行，比赛共计三天，由笔试和实操两部分组成，参加决赛的60支队伍都是来自全国6大区域的精英，经过两轮角逐，我最终获得了全国服务技能竞赛备件亚军，站在领奖台上的那一刻，心里特别激动，真的感谢惠华这个平台，感谢大众沈阳店，感谢公司领导的支持，感谢同事的工作配合，这份荣誉属于我们集体，我为工作在惠华骄傲。

通过参加这次全国技能竞赛也让我感觉到提高自身的业务、管理水平及培养员工的业务能力已迫在眉睫，同时也要求自己在日后的工作中严格要求自己及员工，通过日常的业务培训及资料共享，提高自己及员工的业务水平，为公司输送人才做出贡献。

Mazda

用真诚理念，创优质服务

——2016年辽宁福达店荣获厂家“2016年CS优秀店”荣誉

WITH THE SINCERE IDEA, CREATES THE HIGH QUALITY SERVICE

文 马自达店 杨雪



注重推广客户感动制度，打造全心服务品牌文化，一直是马自达品牌厂家和惠华集团客户服务的宗旨和理念。客户的维系是企业发展的立身之本。不断提升销售和售后管理的每一个细节才能赢得客户的信任和支持。在2016这一年里，马自达店全体员工用他们蓬勃的朝气和坚定的决心，收获了丰硕的果实！

在一汽马自达2017年全国经销商营销会议上，经过一汽马自达厂家综合评定，辽宁福达店在全国209家经销商中脱颖而出，获得“2016年CS优秀店”荣誉！沉甸甸的奖杯是对马自达辽宁福达店所有销售人员和服务人员客户维护满意度工作的最大认可，也是让我们继续努力，在2017年再创佳绩的巨大鼓舞。

2016年的销售形势不好，整车利润倒挂，服务客户维持率下降，一些店为此放松该项管理，从2014年来福达店一直狠抓满意度基础工作，即使基层员工有正常范围的流失但该项业绩也不允许下滑。

指标	成绩	全国排名
SSI	994.97	3
运营明检调查	997.09	8
CSI	978	11
FMSC 电话调查	978	11



所有成绩的取得都离不开全店上下每一个部门、每一名员工的辛勤付出，尤其是主营业务部门，我们的既定目标是全国排名第一，切实提高全体员工的服务意识，保证真实满意度，分别制定了针对性较强的各项管理措施：

厂家一直推行一种叫做“全管家”的服务项目，同时，也开始宣导HS，即Happy Surprise，悦心一刻，都是力求给客户营造一个温暖舒服的环境和体验。一项调查显示：客户愿意花多10%的价钱来购买服务好的产品，而不愿意购买价钱较便宜但服务较差的产品。

坦率的说，马自达并非大众、日产那样的热销品牌，这其实更需要我们发自内心的对客户有一种感恩之情，确确实实是他们的认可才是我们维持或更好生活的基本，这也许有点俗了，可是这又是真真切切的道理。2017年，一马CX-4和全新阿特兹的持续表现良好，福达店全体员工将认真贯彻集团“承优势 拓格局 创增长 稳发展”的发展方针，以求新务实的工作作风，让每一名客户都感受到惠华和福达的全管家服务，我们愿意为客户，奉上一份真挚的Happy Surprise。



进取者，驭领未来 ——与惠华同行

**ENTERPRISING, LEADING
THE FUTURE**
-- WALK WITH HUI HUA

文 奥迪沈阳店 崔岚

记得8年前，自己初到奥迪沈阳店，某人看到暴风雨前天空异样的颜色时，脱口而出那句“奥迪橙”！那一刻我就在想

他是多爱奥迪。而今，我俨然已经变成了他！从热爱奥迪车的销售顾问到销售经理，再到金融保险经理，角色的转换让我丰富了自己的工作历程，集团及公司的培养更让我一直努力成为更好的自己！

2017年2月24日，以“进取者 驭领未来”为主题的2016“奥迪之星”总决赛在美丽的天府之国成都落下帷幕。“奥迪之星”竞赛一直以来都是奥迪经销商各岗位最高的荣誉殿堂，在传递奥迪品牌理念和核心价值、提升品牌形象及客户满意度方面起到了很大的积极作用。今年的“奥迪之星”竞赛共吸引全国超过400家奥迪授权经销商报名参与，经过海选、初赛、复赛的层层选拔，最终共有241位选手晋级决赛。比赛真实再现了奥迪销售服务领域的流程和标准，以理论与实践相结合的形式，对参赛选手和团队在新车销售、二手车销售、市场营销及汽车金融等方面进行了全方位的检验，最终决出47位优秀选手，6支优秀团队获得“奥迪之星”荣誉。

很荣幸自己获得奥迪之星金融优胜经理称号，进入全国前8强，圆了作为奥迪人的梦。对于这样的赛事，过程大于结果，能与全国同行业精英进行深入的沟通和交流让我受益良多。都说汽车行业不景气，这不是秘密。曾看过一篇心理学文章，里面有这句话：“成为一个了不起的人，是所有人内心的渴望。”遭风雨之时，能以龙虎之姿，这就是一个了不起的表现。我们总是喜欢拿“顺其自然”来敷衍人生道路上的荆棘坎坷，却很少承认真正的顺其自然，其实是竭尽所能之后的不强求，而非两手一摊的不作为。我相信付出就一定有回报！

惠华人，永不言弃，困难是我们的踏脚石；惠华人，全力以赴，失败是我们的指明灯；惠华人，驭领未来，过去是我们的炼金术！栉风沐雨，砥砺前行，与惠华人同行！



MANAGEMENT analysis meeting

集团召开2017年第一季度 经营管理总结分析会议

文 运营管理部 闫秀丽

进入2017年，汽车行业竞争已成为新常态，行业调整期仍将持续，面临的形势依然严峻，集团拓展业务链、细化业务模块，各单位及部门群策群力，在精细化、微创新方面取得了一些成绩。但某些部位在经营管理过程中也暴露出诸多问题。在此背景下，2017年4月16日，集团2017年第一季度经营管理总结分析会议在沈阳东郊国际会议中心紫悦山庄召开，会议以务实、求变为原则，以自下而上总结为基础，简化报告，突出重点，取得了理清头绪、明确目标、措施得当、精准营销的实效。

首先由各财务部长及财务总监汇报所分管经营单位一季度主要经营管理指标达成情况，对重点指标达成率、同期比进行展示，从财务视角对各店差异及弱项进行财务分析，由运营管理部就集团各店在一季度工作的亮点、存在的问题及改善方向进行展示与分析；接下来由十家代表性经营单位结合集团预算及行业形势对二季度经营目标进行汇报，对半年达成

预算情况进行预估，并针对一季度所采取的有别于以往的重点措施及取得的成果进行了分享，就二季度将采取的重点有效措施和办法进行了阐述；最后由集团财务部、信用控制部、运营管理部结合所分管条线就一季度服务改善和创新项目，还存在的薄弱环节进行了说明，就二季度的重点工作进行了规划。

集团董事长、副董事长、副总经理认真听取了集团职能部门6位负责人、独立经营单位10位总经理的汇报，集团董事长结合各部位的汇报对一季度的经营管理重点工作进行了点评与训勉；对二季度的重点工作提出了明确的要求。具体内容汇总如下：

一、对一季度的经营管理重点工作进行点评与训勉

1、对一季度工作亮点的评价

董事长表示，听取10家经营单位就一季度经营成果的分享，三个职能部门就改善创新的项目的汇报，整体感觉不错。商用车品系和备品销售有量的同时又有质量，可喜可贺；乘用

车总体销售、服务业务，包括商用车的服务业务，多数单位稳中有进，抑制住了下滑的趋势。与一汽-大众东北区事业部管理团队沟通，了解到大众沈阳店销售及服务与同城竞争对手的差距在缩小，说明我们在进步。

2、对四位高管的表扬

董事长对集团四位高管提出了表扬，其中大众朝阳店总经理马名泽自入职以来通过销售结构、库存，关键管理层的调整实现经营止亏，在竞争激烈的背景下，实现了销量和盈利水平有质量的优秀业绩；集团总会计师高平以高度的责任感快速推动新疆不动产手续办理取得突破性进展，并对工作每天每时以工作写实进行记录体现出严格自律精神；解放青岛朝阳公司总经理朱明山响应集团的需要，不计得失，不讲条件，以积极的心态开发市场，带领精干的团队达成出色业绩；解放长春沈阳区域总经理陶晓明正月初九随同新疆团队一同到解放新疆店，帮扶十余天，帮助新疆团队解决了迷茫和困惑，为团队树立信

心，体现了大局意识，号召集团全体成员特别是管理团队向以上四名高管学习。

3、绩效导向，低底薪、高提成，践行多劳多得

董事长提出，整个团队在为企业创造更高的盈利水平的同时，个人收入也一定要同步增长，在分配机制上要不断激励大家拼搏奋力前行。2017年集团就经营管理中需加强的板块设定了专项考核方案，商用车服务业务、重点车型、区域内销售，大众、奥迪品系考核佣金项目，要求各经营单位保持强项同时，努力提升短板。总经理要提高重视程度，区域销售份额要解决荒了自己的田种别人的地的问题，防止厂家严格对区域划分管理对我们整车销量造成断崖式滑坡的情况发生。

4、各店业务发展不平衡

董事长提示：一季度各店业务发展还不太平衡，有些单位消费信贷渗透率非常低，如轻卡事业部渗透率与盘锦店或品系平均值比较，在同一个市场环境下差距比较大，大众本溪店一季度销量出现断崖式的滑坡。提示各经营单位，特别是2016年刚刚扭亏的经营单位，今年一定要保持住。

二、对二季度的重点工作提出要求

对于下一步的工作重点，董事长概述为四个字，即“用心”和“创新”。

“用心”就是把企业的事当成自己的事，这也是最起码的职业化标准，撸起袖子的同时，要扑下身子、甩开膀子，这样才能把工作做好。

“创新”就是要创新思维方式，创新工作模式。集团总会计师工作写实的办法值得我们借鉴，一定要把工作安排到每一天，按照轻重缓急安排好，能够约束工作拖延。

商用车团队一季度战果不错，要注意和防止自满情绪，要防止松口气、歇下脚这种思想状况，商用车市场，特别是牵引旺销的势头正在缩减，要提前做准备，在载货车、自卸车上要多下功夫，后进的单位要奋起直追，坚持到底、永不放弃，这是一种拼搏精神，市场给予我们的时间不多了，消费时间就等于消费青春。

对于单位本身没有创新能力的，集团提供规划与支持，店里就要快速反应。针对玻璃划痕险、融资租赁、购买GPS送三年盗抢险、商用车新保业务、轮胎反季节销售等类似的项目还有很多，大家要勤动脑筋去思考，这些新项目店长、销售及服务第一负责人要亲自推动，不等不靠。

针对严峻的挑战，盈利能力下降幅度较大的老店迫切需要改变思维方式和打法；关于业绩和薪酬不匹配的问题，建议学习商用车的做法，把底薪降低，加大业绩提成的力度，保证核心骨干员工的收入，解决大锅饭的问题，该优化优化，该换血换血，各单位可与集团内部先进单位对标，先进单位可以跟行业领跑者对标，争取大家在半年时交上完美的答卷。

经营管理总结分析会后，所有参会人员在紫悦山庄宴会厅参加了午餐会，借会餐机会进一步进行了沟通和交流，达到了提振信心、激发斗志、加强凝聚力的实效。





集团召开服务系统 经营研讨会 **GROUP** **service system** **Management Seminar**

文 运营管理部 贾超

集团2017年第1期服务系统经营研讨会在2月27日在集团总部召开，此次会议是为了促进集团各经营单位服务业务人员交流、提升服务盈利能力的会议，会议中各店分享了大量优秀经营经验，同时在2016年服务数据解读的基础上，明确了现阶段乃至2017年的服务重点工作及运营管理思路。

会议上首先由大众、奥迪、丰田、马自达、奔腾和商用车各品牌代表针对会议议题提升服务客户进店量、提升服务维修客单价、客户关系维系降低流失、厂家商务政策解读进行了经验分享，同时就服务业务对集团的建议与需求进行了说明；轮胎项目组介绍了轮胎代理品牌及轮胎项目运营计划；服务运营部长针对数据营销做了定义、案例及应用的分享；集团运营管理总监对2016年服务数据进行了分项解读。

集团副总经理（主管销售、服务模块）对2016年服务工作进行了总结，对2017年的服务工作做了重点安排。提出现阶段需要落实的具体工作，一是调整细化考核，加大服务考核权重；二是销售促销政策捆绑服务项目，维系更多新客户回店；三是制定客户档案及客户关系维系管理办法，实现客户精准管理；在2017年旗舰店要提升服务能力，赶超竞争对手，带动集团各店的服务工作并为集团多输出服务人才；三年以上的成熟店提升服务吸收率，降低企业经营风险；商用车服务必须得到扭转，达到销售与服务的平衡发展；2017年集团内各单位服务要消灭赤字。

在整车销售价格倒挂、行业竞争激烈的今天，服务经营质量对店整体利润是否达成有着直接的影响，客户满意度、客户粘性提高对销售业绩提升也有着积极的推动作用，集团运营管理部将持续关注各单位服务经营情况，推动集团内部的交流和学习，不断提升各店的服务盈利能力以及企业核心竞争力。

OIL CHANGE CENTRE

奔腾店成立“惠华换油中心”

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 王希

截止2016年底，沈阳市私家车保有量约为113万辆，其中一汽-大众品牌12万辆，奥迪品牌约5万辆，奔腾品牌约0.8万辆，马自达品牌2万辆，一汽丰田约5万辆，集团经营乘用车合计保有量约为24.8万辆。从集团合计保有量来看，流失的车辆，如果我们主动以换油中心的角度召回，召回率10%-15%也是一个庞大的群体。



社会上已经出现大批的快修、快保中心，有很多是连锁店，也有部分自营，50%左右店由自营建设。部分加盟，吸取50%左右加盟商。提供标准管理模式及备件，收取加盟管理费，备件利润差。

我们成立“惠华换油中心”的优势是很明显的，我们是在原有的4S店的基础上开展新的业务，没有增加任何投入，除了维系本品牌老客户、流失客户以外，还能增加其他品牌车辆的维修。

“以客户为中心”，不断满足市场和客户需求，是创新的重要准则。修理厂层出不穷，我们的竞争对手其实就是这些在我们身边生存的修理厂，只有对市场进行全面、系统、准确的细分，才能发现不同客户的特定需求和消费水平，业务创新才能有的放矢。

多数车主都是门外汉，认为能省即省，而且平时也不注意定期保养，有些甚至还认为保养就是换机油而已。更为普遍的问题是消费者维修汽车是哪家便宜奔哪家去。所以掌握客户需求很重要。

其次需要了解掌握周边维修企业的优势和竞争力，做到知己知彼才能百战百胜。从周边维修企业的业务结构、主要客户群体市场地位和组织结构；维修质量、新的业务项目、技术储备、设备先进程度、技术人员素质和数量、业务开发人员的素质和经验、营销组织和跟踪服务体系；

投资状况、经营规模、生产效益、维修车型及潜在经营危机，最高主管人员的素质和能力以及社会关系，管理层的素质和能力以及管理方式及竞争方式等角度，通过对周边修理企业细分与对比，找出差距寻找突破口，确立业务定位。

2016年末集团董事长李总亲自到奔腾大东店，对换油中心成立的前期准备工作及发展前景进行了全面的指导与批示。随后在奔腾店曾总的带领下，奔腾店服务部管理层迅速反应，对换油中心前期准备工作进行分工细化并落实到责任人，按照时间节点逐一落实。

2017年2月换油中心正式挂牌成立，截止到2017年3月15日，已经销售“惠华机油”240套（机油+机滤+工时费），这些车辆中包含了奔腾私家车主、奔腾出租车车主及外品牌的车主，我们也跟进了出租车车主，他们半个月换一次机油，大家对惠华机油都较为认可。店内已在多方面进行宣传，通过对流失客户的招揽及内部客户的转介绍去增加客户进店数量。

汽车修理业业务创新必须面向社会化，在车辆猛增的过程中，抓住发展机遇和服务商机；业务创新必须面向客户，在满足市场需求的过程中，帮助客户提升价值并赢得企业自身发展；修理是业务的基石，服务创新是业务创新的保障，最终才能达到提升。

DO NOT ABANDON, DO NOT GIVE UP BRAVE AHEAD, FIGHT FOR THE FIRST

不抛弃 不放弃 勇向前 争第一 ——辽宁福达全国首批二手车认证试点工作总结

文 马自达店 周鹤辉

2016年5月一汽马自达厂家首次开展对全国经销商二手车认证试点店评估考核，经销商按二手车销售业绩排名，取前28选18的方式进行考评筛选，辽宁福达顺利入围全国首批28家店，当时看到28家名单中，沈阳是全国唯一有同城两家店入围的城市，根据厂家要求，一个城市仅选取一家店作为认证店，同城竞争对手销量当时是全国第一，在厂家的位置比较特殊，因此东北大区的竞争非常激烈，面对如此严峻的二选一形势，我们福达人并没有气馁，当时为了鼓舞士气，领导在晨会上动员全店人员，必须要重视此次二手车认证店评选工作，打赢这场战役。并亲自组织人员一起研究厂家政策，逐一落实厂家评审要求，对申请材料精心准备，最终历时两个月的厂家综合考评，辽宁福达以全国第一名的成绩通过考核，成为全国首批马自达品牌二手车认证试点单位。东北大区经过激烈角逐，破格选取了沈阳同城两家试点店。淘汰了长春华达等一批优秀经销商。获此殊荣是福达店长期积累的二手车业务基础换来的成绩，是福达团队自身具有的自上而下，能打硬仗的工作作风。获得认证店后，我们收购的本品二手车就可获得每台车三千元补贴，二手车延长保修一年的优势政

策，为本店提升收购优势，获得了更多的客户信任。

同年9月一汽马自达厂家对全国18家试点单位进行二次考评，选取6家为全国一汽马自达经销店的二手车“示范店”，厂家对认证示范店不仅考核基础软硬件及评估收售流程，更要求考核期内的二手车认证批复数量来进行综合排名，因本店对二手车库存管理比较严格，当月本品牌库存二手车没有一台符合条件。所以为了获得认证示范店，吕经理亲自带领销售团队设计二手车邀约评估话术，亲自示范打邀约电话，与客户讲明置换政策，介绍新车，并要求服务进场车辆必须100%评估，二手车团队利用各种收购渠道，寻找符合条件的本品牌二手车。最终通过努力，考核期内实现二手车认证数量7台，成功成为全国六家示范店之一，获得了厂家二手车物料支持34200元及一汽马自达指

定的培训机构“传慧嘉和”对本店进行二手车驻店铺辅导培训的机会。

2016年福达销售团队历时近8个月的“二手车认证店”“二手车示范店”的努力争取，我们得到了厂家的认可，得到了客户的认可，二手车展示形象焕然一新，评估流程得到专业培训机构的指导，提升了收购、置换率，销售毛利、评估量质量提升明显，截止12月末全年共计实现二手车销售88台，二手车占比9.15%。

2017年我们会通过积累沉淀，发挥优势，努力实现更高的目标：二手车销售占比目标10%，挑战全年15%。综合排名进入全国前六名。2017年2月福达已成交第一单二手车融资租赁业务，今年目标10台，力求增加更多衍生收益。新的一年，新的开始，我们会继续认真解读厂家政策，脚踏实地工作，努力成就梦想！



BROKEN GLASS Self underwriting business

集团各店开展划痕、 玻璃破碎自店承保业务

文 运营管理部 闫秀丽

“精细化、微创新”是集团对各经营单位在经营、管理过程中的主导思路，自店开展玻璃、划痕承保业务是“精细化、微创新”主导下开展的衍生项目之一。

根据集团组织部分经营单位对保险业务进行几次专题研讨的结果，结合保险公司及各经营单位对于车险中的玻璃、划痕两项险种赔付率的评估，在2016年9月2日集团下发了《集团关于“自店开展玻璃、划痕险”的通知》；后续经过集团运营、财务、办公室三部门对《辽宁惠华汽车集团有限公司玻璃、划痕专项维修服务协议》进行了草拟、审核，各乘用车店在2016年四季度已陆续尝试开展此项目。

2017年一季度，玻璃、划痕险自店承保部分店成效显著，大众沈阳、奥迪沈阳、奥迪丹东三店此项业务渗透率已达新车销量的70%以上，其他各乘用车单位也在持续增长过程中，1-2月份此项业务收入为93万元。随着各店数据的提升，收入规模还有很大的提升空间。

“精细化、微创新”需各店不断的探索与实践，新的年度定会有所收获。



全力出击，再创辉煌

文 丰田铁岭店 柳迪

2016年是丰田铁岭店状态切换的一年，2015年及以前店内连续严重亏损，2016年转为盈利，把不可能变为可能。

2016年在连续亏损的状态下实现盈利，这是销售部第一次实现盈利。为了达成该目标，丰田店销售部的全体员工都在坚持不懈的努力。10月威驰销售目标为17台，截止到10月30日威驰实际销售为9台，库存已经没有威驰的现车了，正赶上物流更改模式，导致运力不足，实际24号左右应该到的车却迟迟没有发车，在总经理以及销售部长的全力协调下，物流公司通知30号晚上能到达本地，30号晚上，所有销售顾问都联系自己的订单客户做好31号提车的准备，库管第二天早上早早的来单位准备收车洗车为当天的提车打好提前量，可是到店发现，空旷的停车场停着的依旧是剩余的那几台车，并没有30号晚上应该到店的那些，经电话联系得知物流运送的板车坏在高速上了。这消息对于我们来说简直就是晴天霹雳，客户已经在提车的路上，如若车辆无法到店，除了面临经济损失，客户的满意度也会下降。总经理当即拍板决定，出发

去救援！

现场整整两大板车，所有车辆全部无法按时送到，我们下定决心，一定要让它们在最后一天全部到店。领导们与司机一起想办法，这边在忙着修车运车，而另一边在展厅内，所有的销售顾问都在安抚着客户，与客户讲明原因。历经4个小时，板车终于修好了启动了，那一刻的心情真的是无法言语。终于在下午4点的时候车到店了，有的车刚下板车还没有运送到店内停车场，客户就已经开始验车了。在这样的紧张的时刻，我们交车实现了零差错，零投诉，为公司增加了20余万元的利润。我们做到了。因为信念，我们没有放弃，事虽难，做则成，路虽远，行则至！

2017年是丰田铁岭店接受严峻挑战的一年，挑战指标是业绩翻番，在2016年的盈利基础上进行翻倍，2017年的第一个月却给了我们当头一棒，1月我们并未实现为自己既定的目标，市场状况整体下滑，导致客户进店较少，虽然市场走势低下，但销售部也查找自我原因，进行培训，找出我们的不足，用数据进行分析，为二月的工作打好提前量。既然客户

进店少，那我们就走出去，并且完善所有的日常工作，为了提高客户满意度，我们增设茶水岗，我们为客户蹲式服务。为了提高销量，我们加强对本品牌以及竞品的知识点和卖点，俗话说“知己知彼百战不殆”。

经过1月的努力和沉淀，2月我们一鼓作气，在达成厂家既定目标的同时，也超额达成了我们为自己定下的目标，厂家目标为44台，我们为自己制定的目标为62台。2月实际达成64台。为了这个数字，销售部长与市场部经理每天都在活动和集客方面花费大量的时间，为了达成既定的目标，就是要拼尽全力！

2017年我们要继续挑战自己，在扩大销售规模的同时，还要提高销售盈利能力，为了达到既定的利润目标，我们做了详细的利润分解目标，在单车销量，精品单车产值以及连保，增值保修以及定保通上面都制定了相应的目标。要在销售上，衍生上实现新的突破，为公司的利润贡献出自己的力量。

2017年我们要撸起袖子使劲干，要全力出击，再创辉煌。为了我们的目标，加油！加油！加油！

2017年对红旗品牌来说，充满了艰辛和挑战，商务政策不明朗、利好消息无助力，都对红旗店的经营产生不利影响。

厂家2017年现状

(1) 2017年商务政策全面回调，进车直接冲抵降低，AAK单台超额奖、大客户单台返利大幅回落，单台人员激励支持和大客户单台市场活动支持取消，受此商务政策的影响，店内约70%在2016年的集客处于战败状态，店内急需进行新的客户收集。

(2) 红旗总部在2017年成立了红旗分公司，相关人员部署还没有完毕，与厂家沟通存在找准目标个人或辗转才能办理。

红旗经销商现状：

(1) 厂家的市场活动执行公司尚未招标完成、管理考核项目暂未制定完毕，致使在2017年的1、2月份无市场活动支持，运营管理无具体目标，只能参照2016年进行。

(2) 1、2月份全国经销商受政策影响，销量整体下滑，其中，新疆

TOIL

不辞辛劳，逆流而上 ——红旗店一季度经营盘点

文 一汽轿车沈阳区域红旗店 宁朋飞

及成都红旗店已宣布退网。

(3) 沈阳惠华红馆店头集客出现不足，在过去的两个月里，店内双来店(电)日均仅2.7组，这样的集客量难以支撑每月的销量目标。

这一系列的不利因素笼罩着我们，为了实现销量提升，打破现状的僵局，针对厂家和店内存在的问题，我们作出了如下调整：

(1) 店内每日仅保留一名销售顾问或由店内其他人员留店值岗，其余人员全部派出收集客户，在北二路各展厅前进行客户拦截，在大型企业门前利用企业员工下班期间进行1小时展示，在商场、摊位等人流密集区收集客户信息。

(2) 大范围收集二网、汽贸信息，店内对其他省份打进红馆的二网电话进行了整理，并由专人负责对此类二网进行维系回访，在宣导店内价格政策的同时，了解其他红旗店的实时价格，以便制定出更加丰富的价格政策。

(3) 由一汽轿车沈阳区域曾总

出面与车展主办方协调，在红旗厂家无市场活动支持期间，红馆以奔腾店为依托，进驻车展现场。在两店都没有参加车展期间，红旗店以停靠车展停车场方式，进行展出集客，截止2月28日，红旗店以此种形式共参加车展4场，集客62组。

(4) 市场及DCC每日进行信息更新推进，坚持每日7点前在微信上推出传统文化、天气预报、客户关怀类信息，增加客户粘性。

经过在几个点位的抓取和开拓，红馆在3月迎来了2017年度第一单大客户，实现6台车的销量。并且也实现了无沈阳红馆布局的跨省份销售。

商务政策回调、暂无市场活动支持、集客量不足，这些虽然是不利因素，但红馆的每一个人都没有放弃，每一天都在不辞辛劳地奋斗，每一个客户都经过不懈地争取，每一次成交背后都是异于他人的几倍付出。虽然期待“天堑变通途”还为时尚早，但是我们始终相信“无限风光在险峰”！

丰田铁岭店 一季度活动分享 **SHARE**

文 丰田铁岭店 杨雷

时光如白驹过隙，满载收获的2016年匆匆过去，迎来了2017年充满希望的第一缕晨曦！迎接新的一年、新的机遇、新的挑战，让我们共同精彩！

新年新气象

1月，处于双旦一节三个节日期间，人们还处在喜迎佳节的兴奋和喜悦中。我店利用店内及店员自媒体资源，将活动扩散，形成区域性话题，店内布置成喜庆，春节气氛浓厚的氛围，根据主题的延续，布置出惊喜与精致。

一七“丰”发，喜从“田”降的主题活动，让客户感受到新年的好运连连，砸金蛋好礼相赠，带动客户热情，为2月的销售打好基础。



元宵喜乐会

2月，新年刚过，人们还沉浸在喜悦的气氛中，利用元宵节这股气氛开展以“元宵”为主题的活动，在元宵节适时推出“猜灯谜，抽购车红包、寻宝”等活动，吸引客户来店，猜灯谜可获得礼品，成功购车可现场抽取购车代金券红包，利用AR实景红包，带动客户寻宝乐趣，最终圆满收尾。

德比大战一触即发
2月，巧借26日曼联VS曼城（德比大战）为噱头，以“翘首以‘贷’英超零距离”的活动主题展开，英超开战，激情四射，胸有火焰，点燃黑夜，英超新赛季即将开战，以英超0距离为噱头，购车有机会去英国看球赛，豪门“贷”遇，贷款购车享受0利息，进店点球大战赢好礼。



女王“价”到 有你足“购”
3月8日女神节的到来，以特卖会和女性话题为主的活动促销，通过微信公众号的线上集客，电话邀约，活动当天不仅可享受购车福利，还能现场大转盘抽到丰厚奖品，吃喝玩乐门票随意抽，现场还有美甲师为客户进行美甲体验。最终圆满结束。

轰动辽阳 ——奥迪辽阳店携手 居然之家联合行动

文 奥迪辽阳店 孙婷婷

2月18日——3月19日期间奥迪辽阳店携手居然之家辽阳店，在辽阳市内开展了联合活动。利用双方品牌联合，共同传递市场声音，实现双赢。

本次活动在双方的联合宣传贯穿2月和3月，在辽阳市内6个重点交通路口LED广告屏、辽阳市全体出租车电子屏以及有线电视开屏角标，全天候滚动宣传此次活动。双方的店头布置中都注入了共同的商业元素，并在居然之家中厅处摆放全新奥迪Q3一台，与居然之家的消费者们一同品鉴至美设计、精致灵动的都市SUV——全新奥迪Q3。全方位了解奥迪Q3的革新之处，了解辽宁惠华汽车集团奥迪辽阳店。

居然之家辽阳店在3月3日、4日、19日每天逢整点抽奖，17点抽取终极大奖——奥迪Q3。现场活动气氛热烈，整个活动大厅人头攒动，摩肩接踵，我们的企业信息就这样一次次出现在目标消费者的视线中，印在消费者的脑海里。

对于奥迪辽阳店来说，这是一次不遗余力的打响市场名号的活动，为我们后续的销售活动积累大量人气，3月19日，未完待续。

MOVE



WORD OF MOUTH MARCH
FORWARD COURAGEOUSLY

口口相传 跃马扬鞭

文 马自达店 王欣

随着一汽马自达CX-4和全新阿特兹的上市，为了进一步提升潜在客户对CX-4、全新阿特兹的关注和产品认知，促进两车型的价值销售和销售提升，厂家策划CX-4及全新阿特兹的口碑传播活动。我们抓住这个契机，同时这也是我们的主打方向，口碑，源于顾客的话语，成就企业的未来。一个好口碑，就是企业向前发展的基石。结合之前对网络宣传这方面做得调查拿出合理方案。

客户分析

我们的朋友圈，永远都会充斥着各种各样的晒，晒美食，晒美貌，晒幸福……汽车之家上的口碑贴，其另一种解读，其实也是一种晒贴。这种晒，包含了顾客购买了我们产品之后的喜悦，包含了顾客对我们品牌的认同感。形成了对我们产品的良好口碑。这种口碑持续发酵的后果，就是越来越多的顾客开始注意到我们的产品，开始想要了解我们的产品，开始有意想要选择我们的产品。一个简单的驾驶体验，一个简单的使用感觉，对于有意购买的潜在用户，其实都是一种引导。同时我们拿出物质奖励，这样也会增加更多的客户想要去写这个帖子。

活动方案的制定和执行

有了上边的客户分析，所以第一步我们在网站平台和微信平台发出口碑宣传的软文和奖励方案、写贴的方式方法，这样会引起老车主的关注同时也能让车主一目了然完成方法，其次我们宣导销售顾问在交车和讲车时

引导客户能够积极主动的去写帖子，因为客户在提车时的心情是喜悦的再加上物质奖励一般都会欣然接受。接下来我们会经常拿一些精华帖，满级精华口碑案例在朋友圈传播，勾起其他客户的关注想要去写贴同时也让潜在客户更多的从客户嘴里了解CX-4和全新阿特兹，这种用户给出的评论，相比于我们商家自己的宣传，显然更具有说服力。

活动中遇到的问题和应对措施

在整个活动方案的实施中我们也遇到过问题，例如说之前的合格帖子我们都是给与客户工时券的奖励，但是很多客户可能感觉不实在，或者有的是外地客户过来维修保养可能都存在问题，所以热度下降，很多客户不愿意花时间去写这个帖子，后来经过我们的市场问卷调查显示，大部分客户更喜欢以经济实惠的加油卡来作为奖励，这样满足了外地客户的需求，让客户得到了更实在的回报。

通过此活动，在1-2月份我们成功的完成38篇论坛口碑贴，其中精华帖1篇，推荐贴5篇，推荐口碑6篇，精华口碑4篇，满级精华口碑3篇，并在全国209家经销商中脱颖而出，取得了全国第二的名次，能够取得这个名次当然和每个人的努力分不开，接下来福达店的口碑宣传活动必定会再接再厉，完成厂家要求的基础上争取第一的好荣誉，通过客户之口为马自达品牌广为宣传，也为单位、集团收获更良好的口碑。





Customers want

思客户所想，供客户所需

文 奥迪沈阳店 杨雪娇

辽宁奥通会员中心（微信号：Audi_Lnaf88446688）成立于2016年3月8日，截止到目前为止成功加入会员3416名，并取得“0”掉粉的优秀成绩，会员人数并成逐渐上升趋势，每天会员咨询量不断，为客户解决大小问题数件，也为服务返厂提供信息资源。

为了维系会员，我们在过去的一年中进行了持续的努力：

每周都会根据天气、节日、店内活动对广大车友朋友们进行温馨提醒与客户服务；

每月为车主组织会员活动，受到广大会员车主的好评；

4月带领会员到奥体中心观看足球比赛；

5月为服务部拍摄团队形象宣传；

6月主办“粽情奥通，从小做起”主题儿童活动，带动孩子一起动手包粽子，深得孩子和家长的喜爱；

7月暴雨提醒，为客户讲解车辆涉水常识；

8月通过异业联合为奥迪车主发放福利；

9月奥通俱乐部重新改造以全新的面貌服务于广大车友朋友；

10月奥迪品牌车主俱乐部会员招募；

11月-2月线上评选金牌服务顾问活动，让客户更了解服务，增加服务粘性；

截止到目前，发布朋友圈数148个，成功解决客户问题108件，完成首保预约18台次，预约保养24台次，通过与客户的线上与线下的互动，拉近距离，深得广大车友朋友们的信赖与拥护！

在未来的日子里，奥迪沈阳店客服俱乐部将以全新姿态面对客户，转变思想，思客户所想，供客户所需，创企业之利！



HUIHUA AUTO 60

享驭冰雪主场

奥迪，国家冬季运动中心战略合作伙伴
中国自由式滑雪空中技巧队、中国单板滑雪U型槽队、中国花样滑冰队、
中国短道速滑队、中国高山滑雪队



一汽-大众

辽宁奥通汽车销售服务有限公司
地址：沈阳市沈河区东陵路8号
电话：024-88446688
二十四小时救援热线：024-88448417

丹东惠华新业汽车销售服务有限公司
地址：丹东市振兴区汤池镇集贤村胜利街
电话：0415-2598888

辽阳惠华新业汽车销售服务有限公司
地址：辽阳市繁荣路中段（家具城西300米）

电话：0419-5568888

二十四小时救援热线：0419-5568999

集团融资租赁公司 2016年度总结及2017年规划

文 融资租赁公司 李卫东

一、集团融资租赁公司2016年度总结

过去的一年，随着国家相关政策法律法规的出台，无论是乘用车还是商用车市场异常火爆，尤其是商用车各大生产厂家出现了供不应求的局面，汽车资源紧张，带动汽车金融业务继续强势增长，无论是老牌汽车金融公司还是银行，汽车融资租赁公司及其他金融平台在过去的一年都取得了长足的发展。在2016年市场的大环境下及集团一直坚持战略前行的发展路线，在不断深化保险、贷款等衍生业务的同时，看准了汽车金融的发展潜力，于2016年3月在天津港自由贸易区，注册成立了“惠华融资租赁（天津）有限公司”，将传统汽车销售、服务的业务延伸到汽车金融领域。

集团融资租赁公司成立后在2016年主要是通过集团内部各品牌4S店进行业务开展，由于集团内部各店多年来都在和厂家金融以及银行合作从事信贷业务，形成了完善的销售和风控体系，对于集团融资租赁公司业务在主观能动性上都愿意去推广和业务开展。

随着租赁业务的陆续开展，我们开发了更多的市场信息及客户需求，在外品牌车辆，二手车等融资业务上取得了阶段性成果，充分体现了融资租赁业务的灵活性，得到越来越多客户的认可。

2016年经过近半年的推广，集团内部各商用车店在解放品牌、非代理品牌的新车、二手车，同时还有客

车、校车等产品。取得了阶段性突破，半年融资租赁销量150余台，融资额1600余万，乘用车各店也实现了不同数量的销售。

二：集团融资租赁公司2017年前景规划

集团融资租赁公司为集团重点发展业务板块，为更好地完善公司整体业务结构，融资租赁公司在2017年将着力发展商用车，乘用车融资租赁及非汽车融资租赁业务，扩大经营规模和业务质量，具体规划如下：

1. 夯实既有融资基础

在2016年12月21日，辽宁惠华汽车集团与辽宁瀚华投资担保有限公司签订战略合作协议，利用其自有富民银行和上市公司的资金优势与我们开展合作，先期给我们授信5000万额度，后期将采取入股惠华融资租赁的方式进行股权投资，授信将在数亿乃至数十亿的额度，我们会加强与瀚华的沟通实现资源共享，共同开发融资市场。

2. 扩大二手车业务规模和网点覆盖

2017年二手车零售继续强势增长，各大运输公司为了提高挂靠数量扩大经营规模都做起了二手车业务，前期运输公司收购二手车挂靠在自己的运输公司后再进行销售，为了减少风险，收购的二手车辆年限都比较低，车辆价格相对较高，这样就对二手车融资需求很大，所以在2017年我们要加强与专业挂靠的运输公司和二手车商合作，为他们提供二手车金

融支持提高我们的经营规模，走访自营业物流公司，以物流公司现有二手车辆做抵押为他们提供运营流动资金。2017年会有更多的金融和融资租赁公司进入这个市场，所以我们要提前抢占这片市场，打好基础，扩大销量。

3. 加强与外品牌4S店和改装厂的合作，开展间客业务模式

对于一些合资品牌和弱势品牌的商用车厂家及改装厂没有金融政策支持，这些品牌的经销商都在利用社会上的各种金融公司和融资公司进行对用户销售，收费不统一，经营不规范，给经销商的运营上带来了很多烦恼，通过与经销商的合作开展间客业务，风险共担，利益共享，快速做大业务规模。

4. 开发大客户，与大客户战略合作

随着物流行业的发展和整合，商用车大客户越来越多，很多物流资源都掌握在大客户手里，大客户发展速度迅速，对车辆和运营资金需求增加，我们把新车信贷和二手车融资相结合，与大客户形成战略合作，扩大经营规模与范围。

2017年惠华融资租赁（天津）有限公司汽车业务部，非汽车业务部，集团内部商用车及乘用车各4S店总体融资租赁目标超过2个亿，我们要利用好集团融资平台，把握发展机遇，创新融资思路，拓宽融资视野，防范风险，确保公司在稳健经营中快速发展，为促进惠华集团发展在创新佳绩。

CHANGE THOUGHT WORK WITH QUIET HARD APPLICATION

转变思想，更新观念 精耕细作，埋头苦干

文 乘用车备品项目组 邱石

伴随着我国汽车工业的飞速发展，汽车零部件行业也进入高速增长的时期。2016年中国汽车零部件销售收入增长率约为19%。根据预测，2017年中国汽车零部件增长率将维持19%左右，销售收入有望达到32000亿元。

5.经营场所和库房的合理布局

此前我们的经营地点在乘用车备品最为集中的西部汽配城内部，场地和库房都受到一定的限制。通过努力寻找和多渠道收集信息，我们以相对较经济成本在临近汽配城处临街租赁了独立的门市和库房。满足我们目前的经营要求同时，为以后业务大幅度提升做好了准备。

6.销售渠道的梳理，深挖社会大客户和终端客户

销售渠道的梳理是完成销售任务的重要保障。我们部门在制定计划时严格按照集团内部销售和社会销售来划分销量。在集团内部销售，我们本着质量第一，服务及时的原则，尽量降低销售价格。在社会销售方面，我们定为今年工作的重点；分为中心大客户和终端客户两大类。主动出击，在不断提升自身业务能力的同时，起到真正帮助客户解决问题的作用。建立长期的合作模式并且不断开发新客户，实现利润增长的延续和稳定。

2017年，在集团的正确领导下，坚持“以客户为中心”的指导思想，乘用车备品一定能完成集团下达的各项任务，创造出辉煌的成绩。



INSURANCE BUSINESS DEVELOPMENT BUSINESS IDEAS SHARING

保险项目组业务拓展 经营思路分享



文 保险项目组 武宏光

从满足汽车车主的刚性需求，延伸汽车销售价值链的角度，集团成立保险代理公司，于2013年开始经营汽车保险代理业务。为充分利用集团资源和平台优势，集团保险项目组将大力拓展寿险和财产险代理业务，完成价值链的继续延伸。在与保险公司合作洽谈的过程中，我们经常从集团优势、资源、平台、我们完成任务的自身能力和对未来保险的规划上进行沟通。以下从“承优势、享资源、搭平台、创新高”四个方面介绍保险项目组

业务拓展的经营思路。

承优势

我们的优势：

1、众所周知我们的惠华汽车集团是区域内市场上为数不多的集团性的汽车集团，连续多年获得厂家和地方区域评选的最佳4S店及优秀企业，并在行业内具有良好口碑；

2、从综合实力的角度，2012年我们集团就取得了专业保险代理的牌照，除巨大的客户规模外，我们还有集团自身的企业财产保险需求；在财产保险公司眼中，我们集团是不可多得的合作伙伴，纷纷给出自己公司的手续费优惠政策来与我们合作；

3、2012年新车共保大厅取消了，集团的各个4S店代替了共保大厅的功能，只要是在集团购买的新车，新车在各4S店的投保率达到了近100%，再次证明了我们集团在新车保险业务方面的优势。

保险业务部将借助集团的优势，尽量统一或趋近车险手续费，由坐商变行商、加大利益引导、提升保费规模等多方面争取集团最大利润空间。

享资源

资源包含两个方面，即平台资源和客户资源。

1、平台资源方面，集团仅在省内就已经拥有20多家的4S店，是真正的

购车、保养、维修及保险的一站式服务平台；

2、客户资源方面，集团经营20多年积累了大量的客户资源，在每天的经营过程中，随着到我们的4S店维修、保养、购车及保险等，客户基盘还在不断增大，这些都为日后集团的各个新项目组提供了最有力的支持。

保险业务部将稳固车险固有客户，深挖车险流失客户，不断开发新产品，加强集团各4S店员工保险产品培训，有效利用集团资源提升集团员工的盈利能力及提升保险利润。

搭平台

1、集团的保险业务部和市场上的保险代理公司一样，也要做成保险超市，不仅做寿险，还要做财产险和团险，范围上不光在集团的4S店的周边做，更要在沈阳市的每个区都做，最好能在全省的每一个城市都做，真正把惠华新业保险代理做成行业内的翘楚；

2、业务平台方面，主体保险公司的保费规模或者叫业务平台每年都有大幅度的提升，就是因为主体保险公司做好了续期，也就是第二年甚至第三年及以上的保险业务，

我们依然可以回收到主体保险公司的账户下面，这样就实现了业务平台的逐年提升；从数据上看，现在的我们正是需要把续期做好的关键时期，这样我们才能在我们2015年或2016年的保险平台基础上，收到上一年的业务平台基础，新增下一年的新保数据，如此循环，才能得以实现平台数据。

创新高

1、集团保险业务部首要任务是要完成年度计划任务，首先可借平台的优势推动寿险，即通过集团现有4S店推动百万身价或其他适合4S店客户的寿险产品；在介绍过程中，不仅可推动寿险产品，而且会再一次的增加客户与各4S店的粘附度；还可利用资源优势推动财产保险，即唤醒睡眠客户（不含前一年在集团保险、维修、保养），利用相对优惠的政策吸引客户到集团保险业务部办理车险，并再一次选择到店保养及维修等，实现集团的利益最大化。

2、其次是要做好集团保险业务部的3年、5年规划或10年规划，定准每年的必保完成任务和挑战任务，脚踏实地，走稳每一步，向着10个亿的保费平台努力前行。





只为遇见更好的自己 BETTER SELF

文 奥迪沈阳店 赵璐

自2013年3月奥迪沈阳店网络电话营销团队成立以来，至今已经走过了整整四个年头，团队从最初的建立到现在的成熟规模，人员在变化、目标在提高、方法在改进、形式在突破，唯一不变的就是团队坚守对网络电话营销业务的探索和追求！

建立及发展

2013年3月，随着汽车销售市场的风云变化，汽车消费者无论从年龄结构还是购买习惯方面都发生了巨大的变化，网络及电话逐渐成为客户接触4S店销售的重要窗口。就这样，奥迪沈阳店网络电话营销团队应运而生了。万事开头难，最初团队的建立仅有四个人，其中有客服转岗人员，有怀孕调岗的销售顾问，有青春靓丽的前台咨询员，也有新晋的新鲜力量，而我也暂搁所熟悉的展厅销售业务，开始和这样一群“不知所措”的年轻人，走在汽车销售时代的前沿，开始探索未知的业务领域！

从最初的接听电话及回访话术的设计，到业务操作流程的规划，从忐忑的接待第一个邀约客户进店，到从容完成目标，团队终于初见雏形，承担起销售部网络及电话客户的维护和邀约工作！简单就接听电话的质量而言，较比之前提升了10%的邀约能力！一群七拼八凑的团队竟然有

了突破点，原来我们不再是门外汉了！

开拓与创新

当最初的激情过后，更多的是团队发展的思考，如何才能发挥更大的能量，促进接触的客户到店呢？

活动概念营销——在沈阳同品牌同城经销商高达六家的形势下，如何吸引客户进店是个值得攻克的课题！根据经验的积累，网络和电话客户的特点是较比其他客户更关注优惠活动，于是我们网络电话营销团队每个月，乃至每周都会策划不同主题的活动话术，不依赖店头活动，主动策划主动出击，提高客户关注力和进店量。如今我们策划大大小小的活动不计其数，为展厅集客提供强有力的支持！

定向客户邀约——销售部在不同时期总是肩负着不同车型的销售压力，在2014年5月Q3刚刚登陆中国市场，中国消费者对此车型的认知度并不高时，我们就专门策划了定向客户的试驾活动，由培训经理杨延琪和市场部提前规划路线，策划行程，我们邀约了12位客户参加活动，不同于以往活动的设计，这次试驾并不在于让客户发挥其超常的驾驶技术，而是在临近的棋盘山林间小路上体验到日常生活的真实享受，在产品专家杨延琪的引导下，客户体验

到奥迪科技带给他的美妙！活动结束当即成交一台，随即在当周又有一名活动客户返回订车！

也许开拓新的邀约方式对我们而言，并不仅仅意味着进店客户的增长，更意味着作为网络电话营销一员的我们迈向了更高一个台阶。

突破与调整

任何业务的发展历程都不是一成不变的，在2015年团队又一次面临巨大的考验。由于同城各家店为了争夺网络客户线索的大蛋糕，奥迪品牌沈阳市场开始了激烈的拼争，各家为了保持自己的网络排名和客户线索量，都开始争取更低的网络报价，带来的后果就是客户不断的投诉，客户到店的吵闹，以及面对低于正常市场价格的报价之后，我们面对客户超低的期望值而无法促进成交！一方面，不报低价就没有客户资源；另一方面，有了低价吸引来的客户资源，而无法成交！网络电话营销遇到了前所未有的尴尬，到店客户销售顾问不愿意接待，接待之后销售经理处理解决客户抱怨，一时间顿觉网络电话营销业务落入了两难的境地！

但是作为销售前端的战斗团队怎么可以一蹶不振呢？只要战场还在，战斗就一直继续！我们开始分头布局、研究对策！首先是解决网络问题，沟通投诉标准，确立网络处罚规则，保证销售线索的畅通；其次研讨接洽话术的问题，团队开会一次次研讨报价方案——确立现实报价和网络报价的统一性；一遍遍拨通其他经销商电话热线——学习其他店的解释话术和方法；咨询金融、保险、大用户、二手车等一系列支持政策——融合多种报价方式；邀约人员和销售顾问就不同报价进行演练、统一话术方案。一份付出一份收获，随着团队配合的默契，客户抱怨少了，销量稳步达成，在2016年度，网络电话营销团队为支持全店完成30%销量贡献了3973组客户邀约进店量！

面对困难的态度，解决问题的决心，团队配合的默契，以及突破自我的能力，让我们看到了可以更加优秀的自己！

2017年，撸起袖子加油干！



经历了四年的历练，网络电话营销团队也在蜕变和成长，所有的挫折都化作经验和教训，所有的成绩都化作前行的动力，这些平均年龄九零后的小姑娘们虽然没有骄人的销量、没有耀眼的专长，但是她们用甜美的声音和微笑的服务，将企业的优秀文化传递给每一位来自网络和电话的客户，虽然每天要打一百个单调枯燥的电话，但是她们满怀对工作的热爱开始每天激情的晨会！四年面对困难的一次次突破，也让我们沉淀了面对未知未来的勇气和能力。

2017年度，一汽大众-奥迪事业部也开始对全国网络电话营销业务展开了高度关注，新系统的建立和考核，也意味着我们即将面临新的业务挑战，除了完成日常目标的达成，我们下定决心在奥迪体系网络电话营销系统考核中争取达成第一梯队的目标！

在人才济济的销售团队中，网络电话营销团队也许并不瞩目，但是我们会一步一个脚印地前行，一个一个客户去攻克，为部门达成挑战目标提供更多客户积累，创造更多的可能性，就像我们的人生目标一样——每一次努力只为遇见更好的自己！

INNOVATION DEVELOPMENT IS THE FUTURE

创新，是发展、是未来

——福达店一季度新项目业务开展心得

文 马自达店 吕德敏

这个世界唯一不变的就是变化。

在竞争惨烈，瞬息万变的汽车经营市场上，没有任何一个品牌或企业有十足的把握认为自己是能坚持到最后的那个，唯有不断探索，应势而动，在不断改变和完善中发展，才是生存下去的根基。

从2016年开始，集团相继推出了融资租赁等新项目业务模式，我们虽然也做了很多努力，但效果始终不明显。今年伊始，我们将全部新项目业务作为全年的经营工作重点之一。店内成立新项目业务开展突破小组，由店负责人、销售、服务、衍生第一负责人及主管组成，根据业务性质吸收骨干一线员工参加。大家努力寻求方法，多次研讨、修改、实施、再修改，终于使我们收获了一些成果。2017年1月至今，轮胎（含轮毂）销售96条；融资租赁业务实现首单突破、并在此基础上形成多套新车销售方案；储值卡43.3万元，沉淀资金112.7万元，一些业务因为某些原因暂未实施，但方案也是由之前没有过的思路形成。虽然目前还远未达到既定的目标，但也绝对是令我们无比振奋的，在开展业务的这个过程中，我们有了一些体会：

一、决心和信息是一切的保证

因为主机厂贴息政策等客观因素，以及对融资租赁业务的陌生，我们曾心存顾虑，缺乏信心，始终没有找到业务开展的切入点。大众沈阳店的灵活突破和商用车的傲人业绩使我们受到很大触动。既然别人能做，就存在可操作性，不是不可能，只是我们没找到适合本品牌客户的方法而已。店内新业务项目小组因此多次组织专项会议研讨，请教其他店有经验人员以及寻找集团相关部门帮助，对厂家政策、融资业务知识重新梳理。我们先从二手车入手，一车一方案设计、制定促销包装、话术培训、绩效考核，终于2月15日成交第一单马自达品牌的融资租赁业务，当时所有人都非常振奋。这一单的意义不仅在于对下一步持续开展融资租赁业务打下了良好基础，更使我们对新车业务开展树立了坚定的信心，有种捅破窗户纸豁然开朗的感觉。有了首单的鼓舞，我们随即针对新车又设计出了6套方案，虽然在后续与集团的沟通中发现了存在一些需要调整的内容，不能完全实施，但我们学习到了收益测算方式、融资租赁基础常识等很多新东西，我们相信有将这项业务突破进行到底的决心，就一定能找到适合的方式和方法。

二、群策群力、组合出击，推倒部门墙

在轮胎销售开展这项业务上，销售参考了服务提出

的思路，服务又借助了销售的资源，最后形成的方案是全店一致的，整个店的宣传口径、素材也是统一的：“福达全面开放二胎”、“一只脚，两只鞋，延长轮胎使用寿命”、4+4+4超值组合等。轮胎销售方案以服务更换或新车升级轮胎（轮毂）赠送同数量冬季胎为主，增加了对客户的差异化增值服务，用户易于接受，在保证毛利的同时维护了客户粘性。截止3月发稿全店共计销售轮胎（含轮毂）96条（销售24条、服务72条）。

三、永远保持积极向上、不断学习、主动求变的心态

不仅是店内新项目业务小组成员积极应变，还要在整个团队力求营造树立健康学习的氛围和风气。针对每项新业务开展情况，店内必会组织进行专项会议，公布业务开展进度，分析失败原因，正面难点瓶颈，讨论客户心理，最后一次次形成方案，不断推翻再继续讨论。在连保业务提升上，形成买2年送5年交强险、买3年送10年交强险的有力促销方案；服务储值卡销售发展为吸储模式，并融入销售的融资租赁业务中；抓住机会联系网约车运营公司寻找可行性合作的机会……。我们要做的就是突破固有思维瓶颈，永远保持一颗学习的心。

虽然我们清楚的知道业务开展并不顺利，并未达到我们的预期目标，也与兄弟店有很大差距，零的突破只是刚刚开始，但我们坚信这是一个令人振奋的开始。

我清晰地记得，小时候院里来了一辆老式军绿色北京212吉普，所有的孩子都像看到外星生物一样好奇，哪会想象到二三十年后的马路被私家车堵得水泄不通的场面，以这样的角度看，未来的二三十年后又会是怎样的一个世界？

未来无法预测，我们相信，唯有拥有一种不断改变、迅速适应、努力探索的状态，才能坚持到最后，收获希望。

用心让您更安心							
一只脚、两只鞋——福达冬、夏季轮胎成本价直售活动							
车型	轮胎型号	品牌	单价	四条促销 (含工时费)	送当地 轮胎品牌	单价	四条价格
马自达6	205/55/R16		598	2700	三角	299	1196
马自达翼	205/60/R16	韩泰	1080	3500	三角	416	1664
昂特兹2.0	225/55/R17		1164	4800	金宇	520	2080
马自达8	215/65/R16		1643	3500	三角	423	1692
CX-4	225/65R17	韩泰	1048	3900	金宇	455	1820
	215/70/R17		2200	6500	金宇	455	1820
CX-7	235/60/R18	普利司通	3200	6500	三角	559	2236
马自达5	205/55/R16	东洋	798	3000	三角	299	1196
昂特兹2.5L	225/45/R19	米其林	1399	4300	麦铂	650	2600
昂特兹2.5L	225/45R19	韩泰	1338	4100	麦铂	650	2600
CX-4		米其林	1279	4000	麦铂	715	2800

预约热线：88459555 24小时救援热线：88450668 本活动最终解释权归
7宁福达店所有

BEST BE THE BEST VERSION OF YOU

做最好的自己

文 大众沈阳店 王铁男



2009年我很幸运地加入了惠华大众沈阳店，时光荏苒，我已经在惠华度过了7个春夏秋冬，在惠华的这七年我有太多的改变，感谢惠华给我提供一个成长的平台，让我在工作中不断提升自我，成为最好的自己！

刚入职时担任事故车服务顾问，经过3年时间的洗礼和工作的磨练，我在2013年末荣升为保险经理。2014-2016三年钣喷服务产值连续增长。2016年费改政策的出台，在全国事故维修承下降的趋势下，必须找到突破之路提升钣喷产值。经过与保险公司沟通，确立了以保费换取送修资源的主体思路。一方面通过改善续保流程，调整续保人员绩效激励方式，提高员工自主积极性，另一方面持续开展续保营销活动，针对客户需求和市场变化及时调整续保活动方案。同时整合新保和续保资源，在保费配比上做文章，每周以各家保险公司送修产值为依据，调整下周保费配比，刺激保险公司多送修。

随着肇事车买卖市场的火爆，保险公司增加了肇事车报废比例，造成了大事故产值持续下降的情况。通过和二手车部门的合作，对大事故车辆进行评估回收，本店维修后售卖。

经过上述努力，我店2016年钣喷产值相比去年同期不降反而略有提升。因为2016年主抓续保业务，通过合理制定营销方案，实现了翻倍增长，增加与客户见面率，从而带动服务收益提升。

2016年我店还开展了钣喷快修服务，实现三处轻微损伤24小时内取车服务，从而提升维修效率，并合理化维修流程、提升理赔顾问定损能力、实现车间维修6S管理。

当选为惠华之星，仅仅是进步的起点，这将是我今后工作的鞭策和动力，它将推动我更加努力地完成公司的各项指标。新的一年我将不辜负领导和同仁的期望，更加尽心尽职，抱着务实认真的工作态度，并不断学习提升自己的工作技能，迎接新的挑战！用实际行动为公司的发展尽自己的绵薄之力！



化茧成蝶的完美蜕变

文 奥迪沈阳店 徐智勇 PERFECT METAMORPHOSIS

“老耿”，这是大家对钣喷车间协调耿鲁宁的常用称呼，2001年入职奥迪沈阳店，从钣金学徒开始，2015年成为钣喷调度至今。老耿是80后，只能勉强算是“大叔”，不老，但大家更愿意称呼老耿，亲切、舒服，这也代表着老耿的“耿直劲儿”，坚定、执着。

任职钣金技师期间的老耿，钣金活干得又快又好，可以算真正的钣金大师。2015年，奥迪沈阳店内部招聘钣喷调度来重建钣喷团队，当时钣喷团队虽说平均年龄只有25岁，却维修进度落后，维修质量下降。耿鲁宁主动请缨，接下了这个艰巨的任务，上任当天，他就给钣喷团队定下了几条铁律，转型如此之快，让所有人都刮目相看。

“三角地有8个车位；钣喷车间不符合6S管理标准的照片”这是每天7:30，老耿在微信群里的必报内容。8:00整，钣喷早会开始，按照部门对早会的统一要求，安全是必须提及的，接下来就是对前一天工作的总结和当天工作的布置，对于没有按要求执行的员工，仰卧起坐、俯卧撑、跑圈那是常有的，员工对这种“体罚”欣然接受，强身又健体。

工作中的老耿，积极向上、霸气外露，天天切侧围、处处原厂焊接工艺、地面亮如镜，满满正能量。“老耿，帮我看看这台车需要几天；老耿，辽A×××什么时候完事；老耿，……”老耿的电话很忙，专业且执行力强，在老耿的带领下，服务顾问对用户提出的维修质量、时间要求敢承诺了，底气足了，面对同业竞争敢叫板了。随着事故车维修量的增加，尤其是春节，从1月27日到2月6日，累计进厂108台事故车。当有的员工还沉浸在节日的气氛中时，钣金、喷漆团队则需要秒进工作状态而且还需要开加力。面对用户急于提车、集中拆解、集中报价，平均每名钣金技师手中都分配20余台车的境况，工作压力陡然提升。车多是好事，但老耿也愁了，“真干不过来啊”。面对快乐的烦恼，经过内部沟通，服务顾问负责用户沟通及协调保险公司集中定损，机电技师分流部分拆解工作，为老耿争取时间，但加班是免不了了。整整一个月时间，老耿带领钣喷团队连续奋战，人人开外挂，那段时间钣喷车间灯火通明，敲打声、设备轰鸣声不绝于耳。老耿的钣金功底又派上用场了，白天负责调度，晚上变身钣金技师。有的技师连续一个月都没有休息还要每天加班，真是痛并快乐着。一分耕耘一分收获，经过共同努力，所有出厂车辆没有一例因为维修时间和质量原因产生抱怨，事故车维修产值同比增幅12%，老耿个人也荣获集团颁发的“惠华之星”称号。

技师信任老耿，因为他身先士卒。服务顾问信任老耿，因为他专业、言出必行。领导信任老耿，因为他坚定的执行力。在惠华集团的平台上，老耿从一名徒工一步一步成长为合格的管理者，完成了化茧成蝶的完美蜕变！



GOLD 千淘万漉虽辛苦 吹尽狂沙始到金 Thousand washes the percolation was hard

文 融资租赁公司 袁野

本人袁野，1989年生人，东北纯汉子一枚，2011年从炮校毕业后很荣幸进入了惠华集团旗下解放沈阳店成为一名销售顾问。六年的磨砺，将我从初出茅庐的毛头小子历练成为一名销售能手，以下将我个人的成长历程分享给大家。

阳春三月初来乍到

在林林总总的简历中，我有幸被选出，成功加入辽宁一汽贸易有限公司，作为一名信贷专员开启了梦想中小白领的航程。起初的工作对于职场小白的我来说真心的蒙头转向，不知道合同怎么出，不知道如何审核客户信誉，一脑袋浆糊，只知道跟着师傅忙里忙外，午休或闲时就拿出小本记录车型码、生产码、最大收获就是填充一块又一块空白。

一个人的生活品质怎样，完全取决于他工作的成绩怎样。工作辛苦，生活才不苦。

历时三年稳坐销冠

秉承滴水穿石、磨杵成针的信念，我静静的成长着，积淀着。从师傅手把手的传授到第一次独立做件、考核；死记硬背车型、车架号到第一次青涩的接待客户，清晰记得被客户问到语塞涨红了脸；从第一次成功交客户车钥匙到销量遥遥领先……。往昔情景历历在目，是师傅一天天不舍地教诲，领导不弃地给予机会，是同事不懈地给予帮助，是我自己不出成

果誓不罢休的小脾气……终于，我小有所成，成为销售冠军，收获了职业生涯的第一个小成就。

求真务实砥砺前行

依稀记得2012年那次厂家的销售技能大赛让我浴火重生，那是我来惠华的第2个年头，在盛夏的时节，本不愿意跨出展厅门口的我们，被比学赶超的学习氛围所渲染着，十来个销售人员被分成几个小组，分组去讨论四方位绕车的理论知识点、一起学习视频文件、一起到烈日下去分别绕车讲解……从车前方到左侧，从鹰标到发动机，点滴间流淌着汗水凝聚着不服输的小气节，这次讲解的断档了，没关系重头来一遍，在彼此的鼓励中大家都一点点地成长了。不论是销售顾问还是销售内勤，我们不分岗位全员去比拼，在几个月的时间里我们对产品乃至对品牌的认识脱胎换骨般重生。经过多轮的筛选，我成功拿到去长春代表辽宁出赛的资格，雄赳赳气昂昂走向长春并获得了全国三十强销售顾问的殊荣。

经过这次技能大赛奠定了我销售的基础，激发了我销售的热情，得到成绩的我更自信了，更愿意去与身边的同事沟通车型研究厂家政策，更谦逊的去跟老司机沟通了解市场的需

求，研究产品的排产。每次的磨砺都是一次华丽的转身，每次的成长都是一级向上的阶梯，让我更贴近职业化

的要求。

巧抓时机 厚积薄发

经历了国三国四的市场洗礼，很多经销商都在这场恶战中折戟沉沙，留下来一片狼藉的萧条场景，大家都畏首畏尾，看着门可罗雀的门店，有的人退却，有的人叹息，可是我们作为二十几年老店却不能那样轻言放弃，从新规划走访区域，重整旗鼓并踏踏实实的去走客户，去了解市场需求，分析产品，排产适应当下市场的车型……终于我们在2016年迎来转机，与卡行天下合作，销售车辆30余台；成功与大连顺通签订合同，累计采购车辆35台；成功与沈通集团签订合同，贷款销售40台；通过与抚顺万众服务站合作，销售车辆40余台；销售二手车贷款17台，成绩是经历了无数的汗水与白眼后得来的。年终总结时，看着又疲累了一年的自己，看着购车客户的笑脸，为自己的能力和心态又上升了一个台阶而欣慰。

感谢集团六年前的信任让我能成为一名骄傲的惠华人，感谢领导的鼓励让我成长为一名金牌销售顾问，感谢市场的洗礼让我理解务实躬行的重要。

2017年我又面临新角色的挑战，调任融资租赁担任销售经理，我将这视为职业生涯中的又一次机遇，相信

“千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金”，只要肯坚持、肯付出，就一定会有收获，愿与每一名惠华人共勉！

我的惠华之路

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 王红庆

我的工作经历：

2004.11~2008.8 车间钣金技师

2008.8 ~至今 前台服务顾问（主管事故车）

获奖情况：

从2007至2016年连续多年被公司授予店内优秀员工称号

2016年被惠华集团授予集团“惠华之星”奖

2004年底，不足18岁的我加入了惠华集团，至今已经有14年了。回顾这14年的经历，我从新员工到一名资深的老员工，从车间到前台，惠华见证了我的进步和成长。

初到惠华我跟着师傅学习钣金技能，在工作中，我始终以“一丝不苟”作为自己工作准则，工作严谨务实而不乏创新，尽心尽力做好本职工作。经过我处理的工作，我都会严把质量关，力争进度迅速，降低成本。在长期的工作实践中积累了丰富的技术和经验，也让自己的专业技术在实践和学习中得到了提高。

2008年一个偶然的机会，我成为一名前台服务顾问，这也是我工作的一个转折点。之前4年的车间钣金工作经验，对我以后的服务顾问工作有很大的帮助。刚到前台从事服务工作的我相当于一个菜鸟，一切都是从零开始，于是我一边学习正规的接待流程，一边学习事故车定损知识，遇到问题，及时向领导和前辈请教，一起解决。

经过一段时间的努力，我对自己的工作有了更深层次的了解，深深的爱上了自己所从事的工作。但热爱自己的岗位只是做好本职工作的首要前提，参加过厂家对于服务顾问及内训师的培训后，我明白了做好服务顾问单凭自己的热爱是不够的，要学会如何进行客户谈判、分析客户情况。经过锻炼，现在我已经可以轻车熟路的处理公司、客户、与保险公司之间的关系。

2016年对我来说是值得铭记的一年，集团及公司领

导对于我工作给予了很大的肯定，授予我“惠华之星”的奖项，这也是我前行的动力。

我的职业生涯每一步成长，都离不开集团提供的平台，我所取得的成绩也离不开集团所给予的支持，相信未来我在惠华这个宽广的舞台上，能做得更好，走得更远。





WHERE THERE IS A WILL THERE IS A WAY 有志者，事竟成

文 奥迪辽阳店 孙欣



2016年辛勤紧张，我们并肩作战

2017年任重道远，我们脚踏实地

回顾过去的一年，在服务部全体员工的努力下，我们较好的完成了年度各项指标计划，维修台次达成率102%，维修收入达成率100%，利润达成率108%，厂家考核全部通过，可以说2016年取得了可喜的经营成果和工作局面。

强化服务意识，提高服务质量

汽车服务业最重要的是服务和专业技术，服务意识差，车开进店也无人接待，是这个行业发展的最大障碍，只有高素质的服务，才能适应车主高要求和高消费层次的需求。为此，我们服务部提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传，用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范；在维修过程中，强调使用维修四件套，做到尊重用户和爱护车辆；各班组之间进行自查互查工作，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表；通过预约工作合理调配，减少客户等待时间。每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务，因而我们也获得了客户充分的肯定，全年满意度成绩名列前茅。

客户管理细化，增加客户粘性。

在汽车行业竞争日趋激烈的环境下，维系新老用户，

减少客户流失显得尤为重要。

1、对客户档案进行细致的划分，根据客户回厂次数，找出高忠诚度用户作为重点维护对象，同时积极开发新用户。

2、对流失客户进行跟踪回访，分析客户流失的原因并制定整改措施。

3、开展活动前对客户进行更主动邀约，进店后赠送礼品，增加客户的归属感。

加强团队建设，实现共同目标

团队像一部完整的车，部件完整车才能够正常行驶，少一个部件车就会出问题，团队成员就是车的部件，为了充分发挥每个成员的积极性、才能，我们会定期组织服务人员学习新知识、新技术，提高团队成员的知识、技能和业务水平，制定细化的目标，在全员的积极配合，共同努力下，我们取得了新的突破。

和谐、默契就像一条纽带，联系着团队中的每一个人；相互依存、互敬互重、彼此宽容是我们团队的合作意识，我们始终把“争第一，创新业，打造惠华第一服务品牌”的口号牢记心中，我们是一个积极向上的团队，也是一个温馨的大家庭！我们相信有志者，事竟成。不为失败找理由，要为成功找方法，我们不会满足于现状，2017年必将奋力前行！

HARD TRUTH 认真、坚持才是硬道理

文 商用车沈阳区域 左怡

2016年初，由于集团发展战略需要，解放沈阳区域衍生团队应运而生，主要工作职责是负责解放长春沈阳区域、解放青岛沈阳区域、轻卡事业部以及9月份组建的青岛朝阳店、青岛辽阳店的贷款、保险、精品、二手车、运输公司等汽车后市场业务，并负责出租车公司20几台车辆的收费及日常管理工作；

作为一支刚刚组建的团队，因为管理方式的改变，与各个销售部门及其他部门的磨合是首要工作。以“创新经营 超越期望”作为主要管理目标的衍生团队，高效、顺利的完成了包括放款、清欠、保险业务拓展、精品业务拓展等利润主要来源的相关工作：

- 1、完成消费信贷渗透率52%；
- 2、实现卡车精品项目零的突破，如油箱加热、独立暖风实现销售；
- 3、16年新增贷款还款人数1200多人，无欠款；
- 4、积极推进集团融资租赁业务，于5月份实现了第一单两台车的成交，使得融资租赁业务取得了实质性的进展；



认真、坚持是团队中每个成员的最基本的工作要求，考核人员平均日工作时间都在10小时以上，长期奔波在辽宁省内各地，起早贪黑，没人抱怨，内勤人员为了尽快放款，加班是常事，放弃周末休息时间，发动家中亲朋好友帮忙，乐此不疲，能减轻店内和集团的资金压力，再辛苦也没人觉得累，清欠人员面对欠款客户，自己的电话就具备了“呼死你”的功能，直到客户放弃抵抗存上欠款。

2017年，衍生团队将再接再厉，做好销售部门的衍生保障工作的同时，仍然多渠道开发其他的盈利点，为集团的发展添砖加瓦！

卡车嘉年华

■最低0首付 ■最低0利率 ■最低0月供

■[嘉]大解放 万元贴息大礼包

■[嘉]

■[嘉]

■[嘉]

■[嘉]

■[嘉]



2017

[2016-2017]

第一季度集团任命管理层名单

AWARDS CEREMONY

集团职能部门			
序号	姓名	单位	岗位
1	李彦海	集团	董事长兼总经理(主持全面工作,主管集团财务、人资模块)
2	戴爽	集团	副总经理(主管集团审计,行政、法务模块及外联工作)
3	李昱明	集团	副董事长兼副总经理(主管国际贸易、融资租赁模块)
4	王占启	集团	副总经理(主管集团销售、服务业务模块)
5	高平	集团	总会计师(主管集团保险代理公司财险、寿险模块)
6	佟岩	集团	财务总监
7	闫秀丽	集团	奥迪沈阳店总经理兼集团运营管理总监
8	关心	集团	审计部总监兼信用控制管理部部长
9	崔秀敏	集团	办公室主任
10	唐一平	集团	人力资源部长(主持日常工作)
11	杨翠	集团	财务管理部部长(主管商用车各店、备品事业部、一汽吉林店)兼解放沈阳店财务经理
12	许红	集团	财务管理部部长(主管大众品系、保险代理公司)兼大众沈阳店财务经理
13	李霞	集团	财务管理部部长(主管奥迪、奔腾品系、红旗店)兼奥迪沈阳店财务经理
14	孙学英	集团	网络信息部部长
15	郑欣然	集团	销售运营管理部长
16	贾超	集团	服务运营管理部长
17	李蓬勃	集团	奥迪沈阳店副总经理兼集团运营管理总监助理
18	陈志玉	集团	办公室行政经理
19	魏嘉	集团	审计经理
20	李杨	集团	信用控制部经理
21	徐国翠	集团	销售运营管理部部长助理
22	李水晶	集团	兼职集团精品经理(负责奥迪、丰田、红旗品牌)
23	王国鹏	集团	兼职集团精品经理(负责大众、奔腾、马自达、一汽吉林品牌)
24	梁忠宇	集团	兼职集团精品经理(负责商用车品牌)
25	崔岚	集团	兼职集团贷款、保险经理(负责奥迪、丰田、红旗品牌)
26	左怡	集团	兼职集团贷款、保险经理兼二手车经理(负责商用车品牌)
27	王雪	集团	兼职集团二手车经理(负责奥迪、丰田、红旗品牌)
28	尹丽娜	集团	兼职集团二手车经理(负责大众、奔腾、马自达、一汽吉林品牌)
29	崔萍	集团	兼职集团乘用车备品业务经理
30	张东	集团	兼职集团乘用车备品业务经理
31	褚永	集团	兼职集团客服部经理
集团合资品牌			
序号	姓名	单位	岗位
1	刘东明	大众沈阳店	总经理
2	于贺年	大众沈阳店	总经理助理兼服务总监
3	许红	大众沈阳店	集团财务部长兼大众沈阳店财务经理
4	王文青	大众沈阳店	销售总监
5	尹丽娜	大众沈阳店	大众品牌沈阳区域二手车总监兼大众沈阳店二手车总监
6	马越	大众沈阳店	展厅经理
7	刘琪	大众沈阳店	在线销售经理
8	孟鑫	大众沈阳店	计划订单经理
9	王国鹏	大众沈阳店	附件精品经理
10	王连聪	大众沈阳店	服务总监助理
11	栾忠宝	大众沈阳店	服务总监助理
12	郑昌松	大众沈阳店	服务经理
13	王强	大众沈阳店	技术经理
14	张东	大众沈阳店	备件经理
15	王铁男	大众沈阳店	保险经理
16	侯胜武	大众沈阳店	车间主任
17	王昌凤	大众沈阳店	市场经理
18	于爽	大众沈阳店	行政经理
19	孙薇薇	大众沈阳店	人力资源经理
20	张秋	大众沈阳店	财务部主管
21	岳雪莲	大众本溪店	总经理
22	王明	大众本溪店	总经理助理兼服务总监
23	高金亮	大众本溪店	财务经理
24	钟卓宇	大众本溪店	销售总监
25	许有为	大众本溪店	技术经理兼车间主任
26	杨利东	大众本溪店	服务主管
27	周敏	大众本溪店	备件主管
28	孟祥艳	大众本溪店	市场客服经理
29	孙绪矿	大众本溪店	行政主管
30	马名泽	大众朝阳店	总经理(试用期)
31	闫海洋	大众朝阳店	财务经理
32	徐志超	大众朝阳店	销售总监
33	王悦	大众朝阳店	展厅主管
34	王迪	大众朝阳店	衍生主管
35	贾长明	大众朝阳店	服务总监
36	佟汉吉	大众朝阳店	服务经理
37	周亚丽	大众朝阳店	技术经理兼车间主任
38	高东海	大众朝阳店	备件主管

文化篇——惠华风云

HUI HUA

WIND AND CLOUD

惠华风云榜

WIND AND CLOUD

一汽解放 JIANGAI AUTO
VAN

39	刘颖	大众朝阳店	市场主管
40	张洪霞	大众朝阳店	客服主管
41	刘明亮	大众法库店	总经理
42	沈凤龙	大众法库店	销售总监
43	孙月	大众法库店	财务主管
44	于光	大众法库店	服务总监
45	尹建	大众法库店	技术经理兼车间主任
46	王俊杰	大众法库店	综合主管(主管市场、客服、行政、人资)
47	李国松	大众新民店	总经理
48	曹红凯	大众新民店	财务经理
49	王东亮	大众新民店	技术经理兼车间主任
50	姜晓琳	大众新民店	行政经理
51	乔久帅	大众辽中店	总经理
52	张雪红	大众辽中店	财务经理
53	吴中明	大众辽中店	销售总监
54	姜富春	大众辽中店	服务总监
55	刘印玺	大众辽中店	行政主管
56	闫秀丽	奥迪沈阳店	总经理
57	李蓬勃	奥迪沈阳店	副总经理
58	李霞	奥迪沈阳店	集团财务部长兼奥迪沈阳店财务部经理
59	李水晶	奥迪沈阳店	销售总监
60	赵珺	奥迪沈阳店	销售总监助理
61	王雷	奥迪沈阳店	二手车经理
62	吴朔	奥迪沈阳店	精品经理
63	崔岚	奥迪沈阳店	金融保险经理
64	杨林	奥迪沈阳店	销售经理
65	阚占英	奥迪沈阳店	销售经理
66	赵萍	奥迪沈阳店	销售经理(试用期)
67	杨延琪	奥迪沈阳店	高性能车销售经理兼培训经理
68	闻宁宁	奥迪沈阳店	计划订单经理
69	杨硕	奥迪沈阳店	服务总监
70	孙超	奥迪沈阳店	服务经理
71	徐智勇	奥迪沈阳店	服务经理
72	何冬	奥迪沈阳店	服务经理(试用期)
73	丁润东	奥迪沈阳店	技术经理
74	崔萍	奥迪沈阳店	备件经理
75	王春燕	奥迪沈阳店	市场经理
76	王克轩	奥迪沈阳店	行政总监
77	褚永	奥迪沈阳店	客服部经理
78	张黎	奥迪沈阳店	人力资源经理
79	杨明	奥迪沈阳店	财务主管
80	田鹏飞	奥迪辽阳店	销售总监助理(主持工作)
81	王可强	奥迪辽阳店	衍生经理

82	屈欣欣	奥迪辽阳店	服务总监助理(代理期)
83	王红光	奥迪辽阳店	技术经理
84	夏霞	奥迪辽阳店	备件经理
85	孙婷婷	奥迪辽阳店	市场经理
86	张微	奥迪辽阳店	客服经理
87	金好敏	奥迪辽阳店	行政经理
88	刘晨晨	奥迪辽阳店	财务主管
89	傅蕾	奥迪丹东店	丹东区域财务经理
90	王馨梦	奥迪丹东店	销售总监
91	蔡田卓	奥迪丹东店	销售经理
92	杨荣会	奥迪丹东店	衍生经理
93	张久林	奥迪丹东店	服务经理
94	孙旭明	奥迪丹东店	技术经理
95	尚玉新	奥迪丹东店	备件主管
96	李英男	奥迪丹东店	市场经理
97	侯晓宇	奥迪丹东店	客服主管
98	吕德敏	马自达店	副总经理(主持工作)
99	高淑敏	马自达店	财务经理
100	王聪	马自达店	销售经理
101	周鹤辉	马自达店	衍生经理
102	张磊	马自达店	服务经理
103	孙怀江	马自达店	技术经理兼车间主任
104	赵丽丽	马自达店	备件主管
105	董超	丰田铁岭店	总经理
106	柳迪	丰田铁岭店	销售部长
107	张恒	丰田铁岭店	衍生经理
108	王新江	丰田铁岭店	服务部长
109	孙辉	丰田铁岭店	服务经理
110	杨颖	丰田铁岭店	铁岭区域财务经理
111	杨进	丰田铁岭店	铁岭区域行政经理
集团自主品牌			
序号	姓名	单位	岗位
1	陶晓明	商用车沈阳区域	解放(长春)沈阳区域总经理
2	吴大伟	商用车沈阳区域	解放(青岛)沈阳区域总经理
3	杨翠	商用车沈阳区域	集团财务部长兼商用车沈阳区域财务经理
4	左怡	商用车沈阳区域	商用车沈阳区域衍生经理
5	王美玲	商用车沈阳区域	商用车沈阳区域业务支持部经理
6	矫大鹏	商用车沈阳区域	解放(长春)沈阳区域销售经理兼大客户经理
7	王晓光	商用车沈阳区域	解放(长春)沈阳区域服务站站长
8	王清民	商用车沈阳区域	服务站站长(负责新民服务站、中集园服务站业务)

9	宫晓红	商用车沈阳区域	解放(青岛)沈阳区域服务主管
10	于晓旭	商用车沈阳区域	解放(青岛)沈阳区域销售经理
11	张宏亮	商用车沈阳区域	商用车沈阳区域行政经理
12	王勇	商用车沈阳区域	商用车沈阳区域财务主管
13	程相莉	商用车沈阳区域	商用车沈阳区域人力资源主管
14	杨鑫	解放铁岭店	副总经理(主持工作)
15	杨炜昊	解放铁岭店	销售主管
16	陈小贺	解放铁岭店	服务主管
17	杨颖	解放铁岭店	铁岭区域财务经理
18	杨进	解放铁岭店	铁岭区域行政经理
19	梁忠宇	解放盘锦店	总经理
20	王禹	解放盘锦店	销售经理
21	刘兆臣	解放盘锦店	大客户主管
22	高志强	解放盘锦店	服务站站长
23	姚志波	解放盘锦店	服务主管
24	白强	解放盘锦店	车间主任
25	王波	解放盘锦店	行政经理
26	刘莹	解放盘锦店	财务主管
27	陶景宏	解放丹东店	总经理
28	冯登科	解放丹东店	总经理助理
29	马志超	解放丹东店	销售经理
30	程伟	解放丹东店	服务主管
31	傅蕾	解放丹东店	丹东区域财务经理
32	刘旭罡	解放新疆店	总经理(试用期)
33	苏晶宇	解放新疆店	副总经理
34	马斌	解放新疆店	销售主管
35	袁建清	解放新疆店	服务部副站长
36	杜永生	解放新疆店	服务主管
37	陈柳燕	解放新疆店	财务经理(试用期)
38	王彩如	解放新疆店	行政主管
39	朱明山	解放(青岛)朝阳公司	总经理
40	李连超	解放(青岛)辽阳公司	总经理
41	冉德亮	解放(青岛)辽阳公司	销售经理
42	李连超	轻卡销售事业部	总经理
43	王刚	轻卡销售事业部	销售经理
44	曾繁胜	一汽轿车沈阳区域	总经理(奔腾品牌、红旗、一汽吉林品牌)
45	王宏亮	一汽轿车沈阳区域	销售总监(奔腾品牌)
46	宁鹏飞	一汽轿车沈阳区域	销售总监(红旗品牌)
47	吴娜	一汽轿车沈阳区域	销售经理(奔腾品牌)
48	孙冬菊	一汽轿车沈阳区域	衍生主管(奔腾品牌)
49	王希	一汽轿车沈阳区域	服务经理

DON'T FORGET
YOUR ORIGINAL INTENTION.

不忘初心，砥砺前行

文 乘用车备品项目组 邱石



初到惠华

2015年11月25日是我人生的一个重要转折点。我加入了惠华集团这个大家庭，正式成为集团的一员。负责乘用车备品业务，这对我来说是个既陌生又熟悉的工作。熟悉的是我自从大学毕业加入工作以来就一直从事乘用车配件工作，我对配件业务并不陌生，陌生的是对惠华的企业文化和管理模式。在随后的工作中，集团各级领导和各位同事给了我很多的支持和帮助，让我迅速融入到惠华这个大家庭中，也感受到积极向上并且充满温暖的企业文化，使我深深的爱上了这里。通过几个月与团队的共同努力，我们在报价准确性、供应的及时性、采购成本的降低、尤其是社会销量等方面都有很大的提升，为我成长为集团一名合格的管理者提供了很多的帮助、锻炼。

新项目，新挑战

2016年9月13日，集团根据汽车备品行业细化开发、目标管理的趋势，将乘用车备品拆分出来，成立项目组，采取隶属集团直管的独立经营

模式。我通过竞聘成为项目组第一负责人。在这里，感谢集团领导对我的信任，给予我更大的平台和机会。

身份转变的初期我有很多不适应，初入集团时只抓业务，现在要负责独立经营单位的全部运营工作。虽然以前负责过小团队，但我知道那时我的管理属于“野路子”。为了让我更快的进入角色，集团运营管理部间秀丽总监在各方面都给予了很大的帮助。作为新成立的独立经营单位我制定的第一个目标就是扭亏为盈，实现收支平衡。对于以往亏损的局面，我们深挖问题根源，在优化供应商、提升服务意识、提升在同行业中的竞争力和开发社会销售等方面，苦下功夫。

乘用车备品通过三个月的共同努力，超额完成了集团下达的各项经营指标。更为重要的是，经过这三个月的改变，我们夯实基础管理工作，为以后大踏步的提升做好了准备。

大平台，大发展

2017年，将是乘用车备品飞速发展的一年。我和部门制定了销售额1500万的目标，我们工作重点是社会

市场的开发和知名品牌授权。压力与动力并存，在经过2个月的调整后，我们办公地点和库房都已经确定，极大的增加了工作效率。我们制定了第一个小目标，单天销量10万，同事都觉得以我们现在能力不可能完成。但经过努力我们在三月的第一天就完成了，极大的激励了我们的斗志。我们的第二个目标，单天销量20万也在一周之后成功完成，下面的目标是单月销量过百万，年销量突破1500万，还会远吗？在品牌授权上，我们也有了一点突破。经过谈判我们签下了配套品牌滤芯，并且与配套灯具厂家在代理权的谈判中也取得了实质性的进展。

每一小步的成功都离不开集团领导的帮助，感谢集团领导对我的信任，我会把握这个机会。感谢惠华为我们提供的这个舞台，我和我的团队将秉承以服务客户为中心的理念，尝试新的销售渠道和经营模式。脚踏实地加油干，时刻以“争第一、创新业、打造惠华第一服务品牌”为己任，砥砺前行，为惠华集团作出更大贡献。



我叫武宏光，2016年10月10日加入辽宁惠华汽车集团成为集团保险业务部的一名新兵，来到惠华虽然只有短短的几个月的时间，但却感受到集团领导对保险业务的高度重视及关注，我将以全部的工作热情投入保险业务中，利用自己的优势推动集团保险业务快速发展。

PLATFORM DEVELOPMENT

大平台，新发展

文 集团保险项目组 武宏光

记得2003年，还是大学毕业生的我一头扎进了保险行业，经历了平安、阳光、新华和中英保险；岗位也由综合内勤、组训、营业部经理、企划室主任、区经理、机构总、部门经理等等，一晃十多年过去了，我也走到了职业生涯的瓶颈期，多少次自己都在想，是我入错了行吗？但当通过猎头接触到惠华集团的时候，我的眼前一亮，眼前的惠华正是我能更好的发挥保险行业经验和能力的一个发展空间，一个大舞台。

保险代理公司的前景

众所周知保险行业的盈利周期相对较长，财产险公司还好，第二年即可盈利；而寿险公司的盈利周期有的会达到7年甚至更长，而代理公司拿到的是高于主体公司的手续费提成，在不考虑前期房屋和基础人力成本的情况下，第一年或第二年是怎么做都会盈利的，而寿险又是长期经营最盈利的渠道；另从保险行业“员工制”的角度去考虑，像平安和人寿这样的大公司来说，面临着巨大代理人数量，“员工制”是无论如何都交不起的，所以保险代理公司顺应行业的发展趋势更是显而易见的。而随着2016年5月国家放开保险代理公司批筹的信号，多数想在保险行业分一杯羹的投资集团，也转战保险代理公司。

集团保险业务的发展方向

从2012年集团取得保险代理牌

照起车险业务突飞猛进，2015年和2016年业绩更是连创新高，而对于“承优势、拓格局、创增长、稳发展”的惠华来说，是不可能原地踏步的，所以在集团董事长的指示和集团各级领导的认同下，我们全力以赴投入到保险新业务中，开展合作洽谈，保险新产品开发、评估、培训等工作；保险行业发展的今天，各家保险公司都极力的推动着自己的产品，按照自己的企业文化招聘着自己的员工，而对于客户来讲，他们只想买到适合自己的产品，而不是业务员口中适合所有人的万能型保险，而集团为更好的响应保监局以客户需求为导向的号召，切实可行的为客户考虑，建立“保险超市”，向着集团未来的保险业务一站式综合服务平台努力着。

从刚刚走进保险行业，再到一步一个脚印的学习与成长，自己的能力和经验确实也随着年龄的增长而提高，但在主体保险公司接触的也就是那么一个小小的板块，而在惠华则不同，记得刚刚到集团时，领导还特意不告诉我以前的经营想法，怕影响我的思路，而如今“保险超市”的概念提出后，更是让我在保险领域进行全面的接触与布局，所以我非常希望能在惠华的大平台上，把集团的保险业务做成行业内首屈一指的翘楚。

祝惠华集团我的家越来越好！

THERE WILL BE WIND AND WAVES

长风破浪会有时

文 集团国际贸易事业部 高斯超



THERE WILL BE WIND AND WAVES

2017年元旦之后，我正式加入了惠华，开始了我的职业生涯中一段新的旅程。多年来我始终从事着国际贸易方向的管理工作，从早些年的工程机械、特种车、专用车到矿业输送类设备，再到今天的商用车、乘用车等车辆类产品，可以说，我始终是在这个本就相似、相通的行业圈里未曾离开过。八年多的时间也便随着世界经济、国际货币、中国工业的起伏变化而一直成长着。当我踏入惠华的第一天，我便肩负起了一份重任、一份带领国际贸易事业部在艰难中前行的责任。这是我的职责所在，更是董事长、副董事长、集团高层领导对我的信任和期许。

有幸，在入职之后的第一个月便开始参与集团对2016年整体工作以及国际贸易事业部工作的年度总结和回顾，这也让我可以快速的进入角色，迅速而又高效的了解我们国际贸易事业部在近几年的整体运营状况以及集团对于国际贸易方向的规划。另外在副董事长的悉心指导下，结合我多年的国际贸易从业经验一步一步的制定了2017年的整体运营计划和销售指标

预算。接下来在之后的2月份，我在国际贸易事业部的各项工作便逐步开始走向正轨。对朝鲜业务部的日常工作把控，包括丹东、延吉业务部的工作推进；对新市场的规划，特别是以往我们惠华国际业务未曾涉及到的中东地区、业务量较少的南美、非洲地区等均开始了一步一步的筹划。

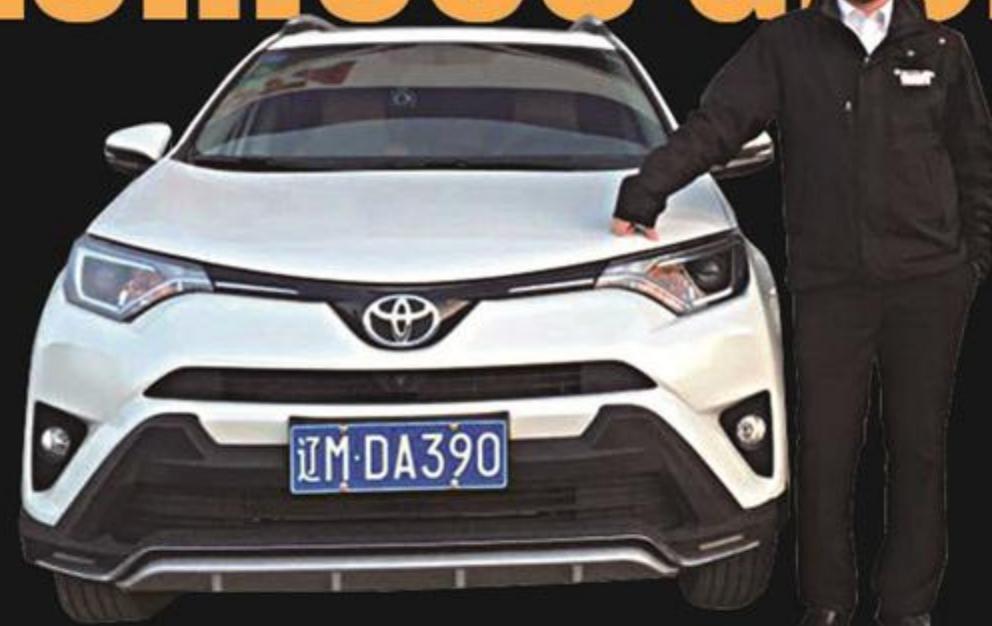
惠华集团的国际贸易事业走过了近十个年头，在这近十年间里，在远东地区有过突破，在朝鲜地区也形成了稳定的业务基础，但在其他国际大环境的主流市场如中东、东南亚、北非、西非、南美、中北美等地区仍尚处于业务开展薄弱区域，另外电子商务的应用也并未完全实现多样化。因此我有责任充分利用我的优势，在国际市场中的人脉资源、多年从事国际市场的管理理念和方法、国际电子商务平台丰富的运营手段等等带领国际贸易事业部的全体员工，惠华国际业务的兄弟姐妹们再加一把劲儿，在实现朝鲜业务稳定增长的同时，进一步拓宽新市场渠道，扩大新市场覆盖，大幅度提升新市场的业务量，将整车销售和配件服务的后市场业务实现系

统化整合，最终实现国际业务全面发展的良性循环。

来到惠华虽然时间不长，但是我能深深的感受到惠华的文化和企业价值。惠华领导的高瞻远瞩、身体力行是集团发展的明灯，惠华员工的脚踏实地、踏实肯干是集团前进的基础。因此国际贸易作为集团远景规划的主要业务板块，不管国际市场如何，不管在业务开发过程中有哪些困难，我都有义务带领国际贸易事业部同事披荆斩棘，勇往直前，“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”，相信2017年会是我们收获的一年，也相信会是我们惠华国际贸易开始新发展的一年。



GLORIOUS GLORY



家庭的荣耀 男人的精彩

文 丰田铁岭店 张永伟

跟媳妇结婚一年多了，开的还是刚工作时买的一辆丰田的威驰车，天天上下班，开着也还不错。后来媳妇怀孕了，马上就要生了，作为即将当爸爸的我，当然是高兴的不得了。媳妇怀孕初期孕吐严重，后期肚子变大，辛苦也在加剧，做为一个丈夫，一个准爸爸，想把车变大的想法也在一点点的积累着。媳妇跟着我没享过什么福，结婚时家里也没添什么新东西。所以特别想在孩子降生的时候，换一辆大点的车，车变大了，能装下孩子和媳妇的衣物和各种杂物，再拉着我们两家的老人一起出去游玩，算是给媳妇和孩子的礼物，也是家庭幸福的见证。

一直有想买台SUV的梦想，预算下来想在20W左右全都搞定。当初买威驰是刚工作，手里的钱不是很宽裕，但又确实需要车代步。自己本身就在丰田店新建店的时候入的职，对丰田品牌的车型非常信赖，之前的威驰属于经济实用型，买了之后开着一直都觉得挺好，没出过什么毛病，现在要换车当然还是首选丰田品牌。

在新款RAV4荣放上市之前我就有很大的期待，新改款的RAV4荣放，前脸是有所改动的，比以前动感了许多，外形看上去也特别时尚，这让注重外形的媳妇很是喜欢，我也非常心动。新款的后边大灯也是做了改动，在排气筒

上加了尾喉，真是越看越感觉不错。配置方面，荣放独有的定速巡航、前排座椅加热、车内空气调节，这里必须得提它的360°全景影像，这个功能媳妇特别喜欢，说停车的时候四周都看得见，省得我家小区楼下停车费劲，以后路窄她也敢开了。发动机起停很省油，上坡辅助不溜车，配置上确实是挺丰满。

回家和媳妇商量了一宿，我让她拿主意，但是媳妇说车毕竟是我开，我买什么车她都支持我，最后决定就选RAV4荣放！

仿佛就是为我们准备好的，我们刚好把车提出来，办好手续，收拾好没过三天，儿子就迫不及待要提前从媳妇身上卸货。虽然手忙脚乱，但荣放不是白买的，拉着媳妇，两个妈一个爸和众多的备产用品宽敞儿稳当儿的到了医院，30分钟不到，儿子就顺利出生了。

三天后我们开车从医院回来，我，媳妇，儿子，老妈和岳母一起。俩妈沉浸在换车和孩子出生的喜悦中根本停不下来。一会儿夸夸儿子结实随我，一会拍拍车，说大、稳当买的不错。作为个老爷们，用责任和担当承载着梦想，觉得这是家庭最大的荣耀，绽放出属于男人的精彩！

FORGE AHEAD

奥迪辽阳店 团结奋进

文 奥迪辽阳店 胡馨予

本着“以客户为尊，服务辽阳，突破科技，启迪未来”的理念，践行着“打造惠华第一服务品牌”的惠华精神，奥迪辽阳店全体员工在各自岗位上为同一个目标不懈努力。服务顾问庞姣用真诚的服务打动了客户，客户衷心送上“排忧解难似亲人，优质服务暖如春”的锦旗表示感谢；为在有限的成本内让大家吃上可口的饭菜，食堂袁大爷对待亲手种的萝卜就像对待宝贝：秋天运到屋里装袋，放了几天怕糠了，又把萝卜运回地里埋上，下雪降温怕萝卜冻了，又把萝卜运回屋里；为建立团队每位员工间彼此信任，平等沟通，团结协作的关系，行政人资定期组织员工学习员工手册，在团队中实现各自人生价值；为保障安全，公司全面实行“6S”管理，加强对员工安全知识的培训，将各种隐患消灭在萌芽状态。

奥迪辽阳店是每个人的家，遵循董事长的训勉，我们在2017年携手同心，用火一般的热情迎接八方来客，一起创造奥迪辽阳店的美好未来！



——提高团队凝聚力，从点滴做起

WARM 暖心工会

heart Union

文 大众本溪店 孙绪矿



大众本溪店于2014年4月份组建了工会。工会刚组建时发展会员67人，会员入会率达到100%，通过会员大会民主选举了工会主席，“三委委员”。全体会员有入会登记，并为全体会员办理了工会会员卡及会员证。在围绕企业经营发展的前提下，我们完善了各项制度，工会工作每年年初有计划、有目标，使我们的工作更加规范化，制度化。并且先后获得了“本溪市职工之家先进单位”“本溪市活力建设先进单位”“辽宁省活力建设典型单位”等荣誉称号。

一、关心职工从帮扶和开展其他职工活动做起

1、帮扶救助工作。大众本溪店通过工会建立了职工帮扶小组，自我店工会建会以来，每年春节，工会帮扶小组为我店困难职工建立困难职工档案上报本溪市溪湖区工会，审批通过后，发放救助金。近年来区工会共慰问职工18人次，帮扶困难职工38人次，发放帮扶资金4.05万元。

2、职工业余文化生活。为了丰富员工的业余文化生活，我公司由工会组织建立了“职工书屋”和职工文化活动室，并且向上级工会申请支持乒乓球案子一张及桌球一张，放在客户俱乐部，不仅丰富了员工的业余生活也为客户提供更多的休闲娱乐选择。

通过工会支持，我店先后开展了职工羽毛球比赛、篮球比赛、户外拓展训练等活动。2016年的5月份，工会牵头为第一批员工入职五周年举办纪念会，使员工有

归属感，把公司当成了自己的家。

二、开展重点岗位培训，提高职工的综合能力

我们以服务为宗旨，将企业文化建设和岗位培训工作贯穿于自身的业务工作中，坚持发扬“争第一、创新创业、打造惠华第一服务品牌”的企业精神。在职工培训方面，工会协同行政始终把销售、维修的中、高级管理人员的培训作为重点，我店工会经过多次向溪湖区工会提出培训支持的申请，于2016年9月区工会对我店给予了5000元的培训经费支持。

在今后的工作中，工会将一如既往的为公司经营发展做好服务工作，不断探索、创新工会工作新思路，增强工会的活力，积极倡导“企业以职工为本，职工以企业为家”，努力构建劳资双方的相互信任，感情上相互理解，认识上共同提升的良好氛围，为公司整体经济发展，职工权益得到最大保障，发挥工会更大的作用而努力。

愿每位员工在大众本溪店都感觉到家的温馨和温暖。

HUIHUA AUTO
ROAD



足迹 FOOTPRINT

—解放盘锦店发展历程

文 解放盘锦店 王波

盘锦市以油城著称，这里是商用车经销商逐鹿的战场；解放，中国商用车领军品牌，2011年以前却缺席多家鏖战。但惠华集团的发展眼光早已投射到这里。

谋战家从不打无准备之仗，经过前期的市场调研和评估，辽宁惠华集团盘锦销售服务有限公司（以下简称解放盘锦店）于2011年4月正式注册成立，是盘锦市首家集解放牌商用车全系列产品销售、维修保养、汽车配件销售、汽车相关信息咨询服务为一体的标准化4S形象店。

解放盘锦店成立初期，新店投建、属地化招聘、市场开发同时进行，在狭小的几十平米租来的平房内，各项工作有序进行。由于没有当地销售客户资源，面对困难重重的市场开发与网络布局，销售人员凭借冲劲和干劲积极到市场中推广产品、开发客户、建立合作；建店经验不足、在原始土地上兴建一座标准4S店谈何容易，但项目负责人员查资料、找资源、在工地披星戴月紧盯工程，解放盘锦店一点点初见模样。

2012年，在集团的大力支持下，占地1万平方米的解放盘锦店终于新店落成，通体红色

新店落成，维修产值达成107.96%；2013年更是实现销售550台，目标达成127.91%，产值达成130.76%，利润达成252.6%！

盘锦地区商用车

的

商用车销售服务中心

文化篇——岁月无声

THE YEARS

品味

TASTE

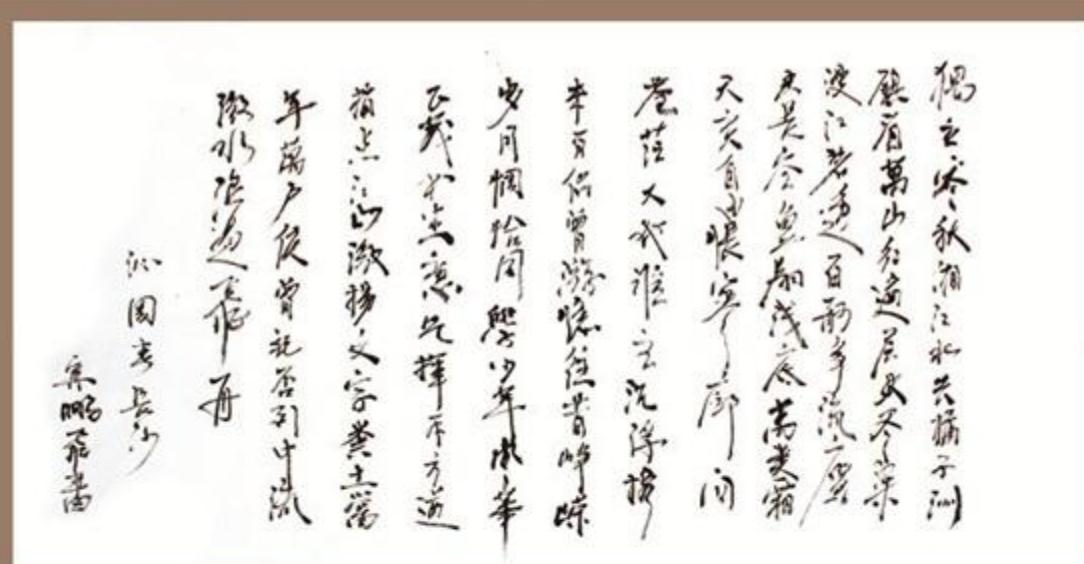
Taste 品味



图为奥迪沈阳店杨硕一家



图为一汽轿车沈阳区域王文淏的十字绣作品



图为一汽轿车沈阳区域红旗店宁朋飞的书法作品



图为大众沈阳店孟鑫的女儿和她的获奖作品

The advertisement features a blue Toyota RAV4 driving on a road with a blurred background, suggesting speed and motion. The car is shown from a front-three-quarter angle. The background includes a city skyline and a sunset or sunrise. The Toyota logo is at the top left, and the model name 'RAV4' is prominently displayed in large red letters. To the right of the car, there are four red rectangular boxes containing text: '全景 PVM全景监控系统' (Panoramic View Monitor system), '全程 全路况四驱' (All-round全路况 four-wheel drive), '全智能 VALVEMATIC发动机、智能节油启停系统' (Intelligent engine, intelligent fuel-saving start-stop system), and '全丰田' (Toyota). The overall theme is dynamic and modern.

铁岭金惠源丰田汽车销售服务有限公司
地址：铁岭经济开发区机动车交易市场
园区帽山街1号。

销售专线：024-74291666
服务专线：024-74292960
客服专线：024-74292981

3-C2



X40



Pentium X40 listed

6.68万 起

大尺寸互联SUV奔腾X40型动上市

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 李璠



2017年3月9日，奔腾X40正式在全国上市。作为奔腾品牌进军A0级SUV市场的全新重量级车型，一汽奔腾为其上市举行了规模盛大的上市会。在乌镇互联网国际会展中心主会场，万众瞩目下奔腾X40震撼登场，主会场和一汽奔腾全经销商网络“百城千店”分会场的所有到场嘉宾、媒体朋友，共同见证了这一奔腾品牌发展历程当中的重要时刻。

奔腾X40是奔腾品牌的第二款城市SUV车型，基于一汽轿车全新的A级车平台和成熟的A级车开发技术，拥有超酷的颜值、宽敞的空间、强劲的动力和卓越的性能。同时它搭载先进的D-Life全语音智能互联系统，是A0级SUV细分市场中第一款智能互联SUV，也是SUV市场中第一款拥有社交功能的SUV。

此次奔腾X40共推出9款车型，价格也非常具有吸引力，最低售价6.68万元，售价区间为6.68-10.18万元。

凭借超越竞品的商品优势和智能互联的独特魅力，奔腾X40与X80实现奔腾品牌双SUV的产品布局，将让一汽奔腾在SUV市场的表现更加值得期待。



D-Life互联你我 畅享智能车生活

作为一款大尺寸互联SUV，奔腾X40是奔腾品牌全系第一款搭载D-Life全语音智能互联系统的车型。随着智能科技的高速发展，传统互联网已经面临瓶颈。智能互联时代大势来袭，也对中国汽车市场提出了更高的要求和挑战。互联智能时代，汽车不能仅仅满足于消费者的出行需求，更可能成为一个移动互联、社交互动的平台。

搭载D-Life全语音智能互联系统的奔腾X40，就是在这一个时代背景下应运而生。D-Life系统相当于奔腾X40随车携带的智能终端，可灵活定制各类在线应用，如：导航、音乐、电台、新闻、天气、社交等，让驾乘者的用车生活更加安全、便捷、时尚。

D-Life全语音智能互联系统采用全语音控制，使用唤醒词“奔腾，你好！”唤醒后，即可使用语音助手服务，其语音识别的高精准度和高速反应也令人为之惊叹，无论是实时精准搜索，还是模糊搜索，均能获取让人满意的结果。同时D-Life系统还具备社交功能，使用者之间可以根据自己的兴趣喜好构建不同的社交圈，方便快捷地互联互通。一汽奔腾也借此进入客户的场景关系链，满足他们丰富多彩的不同需求，更好地服务客户。

高颜值高品质 传统奔腾经典基因

作为一款为年青态的生活者、进取者、梦想者量身打造的A0级城市SUV，奔腾X40深谙目标消费人群对时尚潮流和个性生活的追求，拥有超高的颜值。其造型风格迅猛、硬朗，整车姿态充满轻盈感；继承奔腾基因的六边形前格栅具有极强的识别度，充满动感气息；修长的流线型前大灯个性强烈，充满灵感，显得睿智、动感。

奔腾X40的内饰设计简约而富有科技感，简洁的中控设计搭配丰富的科技配置，充分彰显年轻时尚魅力；分层式设计的仪表台凹凸有致，有效提升了车内的立体感；8英寸彩色触摸显示屏带来非凡的视觉体验，D-Life全语音智能互联系统的相关功能可以在其上尽情酣畅淋漓的得以展现。同时，奔腾X40 2600mm的超大轴距可以为用户提供更加舒适的驾乘空间。

基于一汽成熟的A级车技术，继承奔腾品牌家族的优秀基因，奔腾X40在安全、操控、品质等多方面都具有十分优异的表现。奔腾X40采用加强型3H结构车身，配备BOSCH第九代ESP系统，4GB系列高性能发动机匹配爱信全新第三代六速手自一体变速箱，1.6L黄金排量兼顾高动力性及经济性，保证驾驶者始终拥有自由驰骋的完美体验。



更有年轻朝气 奔腾品牌的年轻化强心剂

在本次奔腾X40上市会上，一汽轿车股份有限公司总经理安铁成先生对奔腾X40寄予厚望：作为当前奔腾家族里最“年轻”的一员，奔腾X40将为奔腾品牌注入年轻化的“强心剂”，让整个奔腾品牌更有年轻朝气，为奔腾赢得更多年轻的消费主力军。

同时，奔腾X40继承奔腾品牌的品牌基因，将成为奔腾的第六大产品系列，不仅丰富了奔腾品牌的产品线，增加了产品数量，还和奔腾系列车型一起完成了奔腾品牌“双A”、“双B”、“双SUV”的产品布局；极富市场竞争力的奔腾X40上市后，将与X80在市场上形成合力，成为奔腾品牌第二款城市SUV销量主力。



一汽轿车销售有限公司总经理崔大勇先揭晓了奔腾X40各款配置车型的价格：

奔腾X40 1.6 AT尊贵致酷型的价格是10.18万元；
奔腾X40 1.6 AT尊贵型的价格是9.68万元；
奔腾X40 1.6 AT尊享型的价格是8.98万元；
奔腾X40 1.6 AT豪华型的价格是8.48万元；
奔腾X40 1.6 MT尊贵型的价格是8.78万元；
奔腾X40 1.6 MT尊享型的价格是7.98万元；
奔腾X40 1.6 MT豪华型的价格是7.48万元；
奔腾X40 1.6 MT舒适型的价格是7.08万元；
奔腾X40 1.6 MT技术型的价格是6.68万元。

奔腾X40上市后无疑将对A0级SUV主流市场发起有力冲击，并预示着奔腾品牌在智能互联时代已经全面发力。智能互联已经开始渗透到所有行业中，未来所有行业都要被智能互联所影响和改造，谁抢先拥抱智能互联，谁就能占得市场先机。一汽奔腾品牌先行一步，搭载全新D-Life全语音智能互联系统的奔腾X40，必将引领奔腾品牌打开崭新和更广阔的市场格局。