安徽风之星

正式融入新疆广汇集团

2006年安徽风之星投资控股有限责任公司正式融入广汇汽车服务股份公司，作为广汇汽车在安徽区域的服务平台，安徽风之星目前设有19个4S店，代理国内外15个一线汽车品牌，是安徽省最大的汽车服务供应商之一，2009年公司实现营业收入近30亿元。

源起于中西部市场的广汇汽车服务股份公司，仅用四年时间就创造了全球汽车销售业的奇迹，一跃成为中国最大的乘用车销售服务商、全球新车销量最大的乘用车经销商集团。 谈正民/文

“中西部”+“中高端品牌”战略

“四年中，我们将企业95%的网络建设集中在了中西部地区，85%以上的业务是中高端品牌。”广汇汽车服务股份公司总裁及执行董事金珍君简单的一句话，道出了广汇汽车服务快速、稳健成长的独特生意经。正是这样具有前瞻性的市场战略，使广汇汽车服务在短短四年时间内的营业收入和净利润分别从2006年的90亿元和3300万元，增长为2009年的325亿元和8亿元。2007~2010复合年增长率达到150%。这不仅在中国，乃至在世界范围内都是一个奇迹。

然而，四年前的中国汽车市场尚处于竞争无序、波动极大的萌动时期，选择“中西部地区”+“中高端品牌”的战略，对于广汇汽车服务来说无疑是一场豪赌。“中西部”战略让广汇汽车服务必须放弃可以赚快钱、更有吸引力的东南部沿海市场。

“世界级”管理运营平台

如果说“中西部地区”+“中高端品牌”的聚焦战略为广汇汽车服务指明了方向，那么，金珍君及其团队坚持以“打造现代化的管理体系，打造一流专业团队”为工作重点则为广汇汽车做大做强打下了坚实的基础。他们在汽车销售和服务领域率先打造的总部-区域-门店三层矩阵式管理模式，以及世界水平的运营平台。广汇汽车服务结合通用电气和戴尔的优秀人才带来的管理经验，设计出先进的信息管理平台系统KPI、BI系统，来加强集团的运营管理能力，实时进行数据分析、跟踪行动计划和反馈，加强流程管控。通过引入精细化管理，加强服务过程的流程化管理；通过风险管理、尽职调查和实施“百日整合计划”，确保实现高效整合和投资回报。在财务方面，广汇汽车服务通过先进的滚动现金预测体系和内控管理系统，形成了相对集中的资金池，大大提高了企业的整体抗风险能力。

广汇要成为汽车业的“5星级酒店管理集团”

“我认为营业额不是最关键的，重要的是我们致力于把广汇汽车服务打造成为最有价值的世界500强企业之一，做最优秀的汽车服务集团。这就要求我们的经营理念不但是把企业做大做强，更要打造一个全球高标准的服务体系，服务标准。就如五星级酒店管理集团，不但成为一个最优秀的企业，更成为一个高标准服务的品牌。所以在所有的管理方面，我都以世界500强的标准来要求，脚踏实地，苦练内功。我们才刚刚开始，要走的路还很长！”金珍君表示。

全新天籁

完美演绎“技术日产”

作为日产全球的旗舰车型，天籁自2008年6月在国内上市后，凭借其树立的豪华舒适标杆，一直稳居中高级车市销量前三甲。进入2010年，天籁表现更为神勇：6月份摘得中高级车和V6发动机销量双料冠军；8月以超过13000台的成绩勇夺中高级上牌量第一名之后，9月更是以超过16000台的销量再次领导中高级车市。近日，全新天籁以“CARWINGS智行+”智能全方位行车系统领衔，全面升级而来，进一步树立了其中高级轿车的王者地位。

据介绍，全新天籁保留了引以为傲的VQ发动机和CVT变速型的铂金动力组合之外，增加了“CARWINGS智行+”智能全方位行车系统和VDC车辆动态控制系统等众多领先技术，使其在中高级车的技术应用上更趋完美，领先同级别车型，堪称中高级车“技术之王”。

业内专家分析认为，在当前汽车行业发展越发成熟、消费观念越发理性的环境下，人们对于汽车产品的要求已经越来越高，那些建立在“技术”基础上的、具有放心品质和完美创新的产品将越来越受到人们的信任和喜爱，成为汽车消费趋势的主流。相信，秉承“技术日产”的企业精髓，正以“技术”演绎着“人·车·生活”的东风日产，必将带给人们更多精彩纷呈的车生活。（皖之星）

