



新形势下润滑油品牌企业的崛起之道 ——中国润滑油品企业家精英沙龙活动成功举办

2014年5月15日,由上海国际展览中心有限公司主办的“中国润滑油品企业家精英沙龙活动—北方专场”在北京举行。中国润滑油领域北方地区的企业家和经营者汇聚一堂,共同分享和探讨了新形势下润滑油品牌企业的崛起之道。

目前,中国的汽车后市场蓬勃发展,其中汽车润滑油市场发展迅速。据中国汽车工程学会的数据,2013年中国润滑油品总消耗量750万吨,其中汽车润滑油378万吨(336万吨是内燃机油),其中柴机油约占47%,汽机油占35%,摩油占18%。汽车润滑油市场的蛋糕虽十分诱人,但竞争异常激烈,以壳、美、嘉为首的外资大鳄牢牢占据市场主流地位,长城、昆仑两大国有品牌也拥有相当的市场份额,在此环境下,国内民营润滑油企业以及国外二、三线品牌前赴后继,历经大浪淘沙后能够生存并崛起的品牌企业,或是抢得市场先机,或是异军突起,还或始终稳扎稳,必各有优势,各具特色。

本场沙龙活动的现场企业家专题座谈邀请了五位正发展中的润滑油品牌企业的

经营者从不同角度分享他们各自的品牌经营理念和经营策略。其中,作为中国润滑油界传奇品牌统一润滑油当年领袖人物之一的姚旗,分享了目前正着力全新打造的“中华”润滑油,用创新的“快乐中华”理念建设与维护经销渠道,以“双腿并进”的思路开拓线上电商和线下服务来挖掘市场。来自中国西北地区最大的润滑油企业新疆隆成实业的金雪驰润滑油品牌的经理人叶士信,分享了企业从西北走向全国市场的产品升级换代和转型发展过程的经营思路。拥有百年历史的国际品牌——“海湾”石油负责人席敦鹏,现场分享了全新定位的海湾及高端赛车油品牌的营销思路。颠覆传统润滑油品牌经销渠道、华丽转身为汽车换油连锁模式的喜马润滑油品牌的经理人李立宇,分享其多年摸索的全新模式内涵和经营体会。中国润滑油业界鲜有的上市公司舜能润滑油总经理朱文彬,现场分享以“打造一体化价值链”的理念,结合上市公司的优势整合资源、开拓渠道、发展品牌;这五位企业家一定程度上代表着现今正在发展中的润滑油品牌企业的经

营思路,通过分享交流给其他正在发展中的润滑油企业带来了启发与思考。

中国汽车流通协会有形汽车市场分会苏晖会长现场作了发言,分析了中国汽车后市场各种业态的现状与发展趋势,对润滑油企业未来在终端的发展形式有一定的指导意义。他表示,随着中国汽车保有量的稳步增长,尤其是高端汽车逐年递增的趋势,作为“发动机血液”的润滑油迎来了历史性的发展机遇。从当前国内市场来看,高端市场的竞争也越来越凸显,如何突破传统营销方式的弊端,提升自身品牌的核心竞争力来占领市场成为了众多润滑油生产企业所面临的大难题。“所幸的是最近几年,越来越多的企业纷纷试水电商并取得了非常惊人的成绩,尤其是3G移动互联网行业的快速发展,更是给国内众多润滑油生产企业看到了新的希望。”中国是目前世界上最大、最具潜力的消费市场,也是受政策影响最大、商业机会最多、竞争非最为激烈的市场。通过行业组织,如商业协会不断地进行市场交流,传递行业信息,相信未来几年,中国汽车后市场一定会有更大的发展。

作为本场沙龙活动的主办方,上海国际展览中心有限公司不仅搭建了本次活动平台,汇聚北方地区的润滑油企业,进行信息分享和交流合作,在行业内传播正能量,同时还介绍了由中国石化润滑油公司、中国石油润滑油公司、上海贸促会主办,上海国际展览中心承办的“第十五届中国国际润滑油品及应用技术展览会”将于2014年11月20-22日在北京中国国际展览中心隆重举办。该展会是润滑油品行业公认的最权威的专业展会,也是行业一年一度的最大盛会。作为十五周年的展会,届时将汇聚180余家润滑油相关品牌企业,同时润滑油高峰论坛、经销代理精英团行动和各种专业研讨会等丰富的同期活动也将精彩亮相。另外,“2014中国润滑油品年度总评榜”也于本次沙龙活动现场正式启动,并将在2014年11月“第十五届中国国际润滑油品及应用技术展览会”展会现场,举行盛大颁奖典礼。M