



以“统一志，战天下”为主题的壳牌统一(北京)石油化工有限公司2014年全国经销商大会7月3日在宁波落下帷幕。来自全国的经销商伙伴和媒体朋友共聚一堂，共筑一志，为壳牌统一未来的发展出谋划策。同时，壳牌统一推出了多款新产品，助力壳牌统一在中国市场再创辉煌。

各系产品 重磅上市

合能品牌6、7、8系产品全新升级

据了解，本次推出“合能678”系新品汽机油新品全部达到了SN级别，将作为壳牌统一2014年汽机油领域的主要发力点，进一步拓展市场，引发新一轮市场浪潮。

有分析认为，随着今年5月1日上海市正式实施机动车国V标准，车用润滑油领域将跟随国V标准掀起新一轮变革。据悉，此次合能678系新品顺应润滑油领域改革趋势，延续了“UP+优能”技术在清静分散性、抗氧化性、抗剪切性、流动性及粘度稳定性等方面的技术优势，为驾驶者带来更强的动力、更顺畅安静的驾驶感受，同时更加节能环保。全新合能6系产品将进一步引领合成油在中国的普及；采用全合成基础油的合能7系、8系产品将为发动机带来优异的润滑保护，让用户享受更优的润滑体验。

合成油产品在欧美发达地区早已成为普遍接受的汽机油品类。但在国内，由于受到市场成熟度、消费习惯等因素影响，合成油还没有得到大量普及。壳牌统一基于其战略思维和全球视角，一直以来努力推动合成润滑油在中国市场的发展，“合能”品牌已经成为壳牌

统一撬动中国汽机油市场的利器，而此次在经销商大会上亮相的合能6、7、8新品，更加成为壳牌统一跨步SN时代的明星产品。

柴机油全新油压王CI-4、全新防冻液新产品崭新亮相

一直以来，中国多元严苛的路况是柴机油产品面临的最大挑战。作为壳牌统一柴机油领域的佼佼者——“油压王”系列用禁得起考验的品质赢得了广大用户的信赖，满足了车辆在长时间、重负荷运行过程中的油压需求，并为发动机提供源源不断的强劲动力。

首次亮相的CI-4级柴机油作为新一代旗舰产品，各方面性能得到进一步提升。卓越的油膜强度和粘度长久保持机油压力稳定；优异的汽缸密封性提供给发动机强劲动力；强效的积炭清除力能够长久保持发动机清洁；卓越的抗磨损性能能够进一步延长发动机使用寿命。该产品能够保持发动机油压劲猛，提供润滑保护，帮助用户直面严苛路况的挑战。

据了解，2015年起，柴油发动机将全面实施国IV排放标准。此次全新升级的油压王系列CI-4级柴机油车用润滑油，适用于各类采用最新国IV及更先进的柴油发动机技术的卡车、客车及工程机械。此外，壳牌统一对防冻液产品也进行了进一步的升级，分别针对柴油重型卡车和中轻卡，推出重负荷、轻负荷两类防冻液系列。重负荷防冻液采用全新配方，具有更优异的抗穴蚀、抗腐蚀能力；轻负荷防冻液配方全面升级，产品全面优化了基础防护性能。新一代油压王无疑为广大中国用户提供了更优异的润滑方案，是壳牌统一在柴机油市场的王牌力量。



壳牌统一合能6、7、8汽机油系列全新上市



壳牌统一柴机油产品油压王



壳牌统一总经理黄志昌讲话



壳牌统一总经理黄志昌向优秀经销商颁奖

爱德王子摩机油、合成动力三轮摩托车专用机油新品推出

壳牌统一旗下摩机油产品合成动力三轮摩托车专用机油与壳牌爱德王子AX2、AX3、AX5、AX7及U能量全合成机油新品也在本次经销商年会上强劲推出。针对中国三轮摩托车、高端代步娱乐两块摩机油市场,壳牌统一“双拳出击”迎战2014年摩机油市场,两款优异的产品进一步稳固自身的行业领先地位。新一代合成动力三轮摩托车专用机油较上一代产品,其抗磨损表现与抗氧化表现分别提升了76%与26%,在严苛条件下为消费者提供更为稳定持久的润滑品质,激发发动机高效动力输出。

与三轮摩托用户相比,以二轮摩托车作为生活方式的“骑士”们则是另一个群体。在把摩托车当作日常交通工具的同时,他们更将骑行视作一种生活方式。

作为国际顶尖摩机油品牌,壳牌爱德王子专为“骑士”而生,可信赖的品牌与禁得起顶尖赛场考验的产品质量让每位车友享受非凡的驾驶乐趣。此次壳牌爱德王子全系列全新升级, PurePlus革新技术确保强劲动力,顶尖的活性清洁技术能够有效清除积炭,确保每一次启动都是清洁的开始。

据了解,壳牌统一摩机油业务在中国占据了很大的市场份额。摩机油作为壳牌统一的传统强势领域,在精准的市场细分下,“双拳出击”的战略进一步稳固了统一在中摩机油市场的领先地位。



壳牌统一摩机油系列产品

凤凰战略 硕果辉煌

2013年,在经济增速放缓的大背景下,壳牌统一逆市而上,市场成绩卓越。据权威调研机构的数据表明,2013年在中国本土品牌中,壳牌统一不但保持了MCO(摩机油)领域市场份额的领先地位,DEO(柴机油)和PCMO(汽机油)的品牌排名也名列前茅。

如果说壳牌统一是一支久经考验的“部队”,“凤凰战略”就是这支部队的“沙场兵书”。自“凤凰战略”发布以来,战略的五大模块都在有条不紊地执行,指导企业朝着“成为目标客户首选的中国润滑油品牌”的方向发展。

大会中,壳牌统一总经理黄志昌着重强调了对于凤凰战略的进一步落实。他表示,“2015年,壳牌统一将继续推进‘凤凰战略’,对企业的愿景和品牌、聚焦品类发展、经销商能力提升,成本领先和组织能力发展五大模块进行重点把控,持续提升壳牌统一的竞争力。”

共筑一心 志战天下

作为凤凰战略的重要组成部分,经销商能力提升依然是壳牌统一未来发展的重中之重。作为壳牌统一不可或缺的合作伙伴,经销商团队与壳牌统一的紧密协作造就了互利共赢的良好局面。在未来的发展中,壳牌统一将继续贯彻执行“翡翠计划”,针对壳牌统一经销商运营效率、销售网络覆盖、经销商销售能力以及运营能力,逐渐优化经销商的生意模式,更好地适应市场。

随着国家宏观政策的拉动,国家相关排放标准的出台,汽车化工业以及机械设备制造业的快速发展,2014年润滑油行业整体销售趋势比较乐观。同时,随着消费者养车意识地不断提高,对润滑油的质量要求也水涨船高,只有品质过关、物有所值的产品才能最终赢得消费者青睐。

壳牌统一总经理黄志昌在会上表示,“壳牌统一扎根中国20年,有坚实的历史积累,有科学的战略指导,有经销商伙伴的支持,更有迎接挑战的勇气,只要我们共筑一心,坚持以实用精良的品质践行润滑的力量,必定厚积薄发,稳健发展!” M