

# 春日茶海碧连天



清明过后,位于贵州省贵安新区一茶园内春色怡人,呈现出一幅美丽的春季画卷。

本版图片据新华社



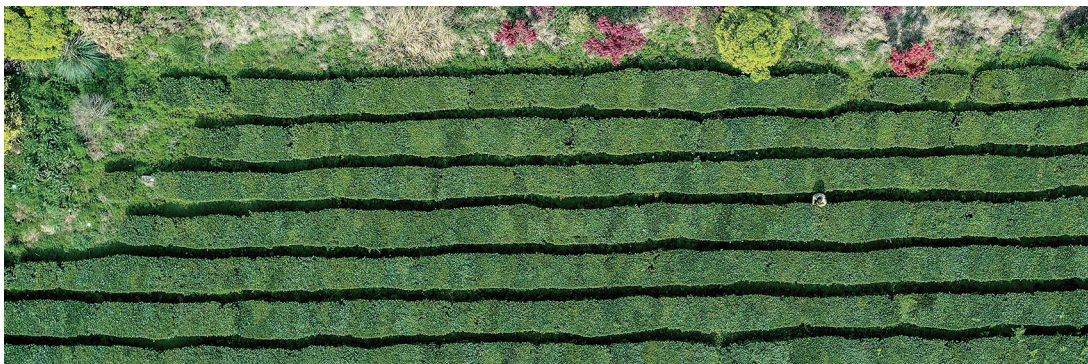
贵州当地进入采摘制茶季。



4月9日,茶农在茶园内采茶。



茶园风光。



茶海景色怡人。

汽车专刊

首席编辑 李霖 美编 贾舒轶 电话/024-22699191

## 长城汽车魏建军定位厂商关系:长期的利益共同体

疾风知劲草,患难见真情。正因此,前几日那封长城汽车经销商写给厂家的联名信才格外吸引眼球。

长城汽车董事长魏建军在接受记者采访时说:“经销商在信中提到,能够同甘共苦、共克时艰,我非常感动。同时,我非常感谢经销商对长城汽车的信任和支持,几十年发展中,我们的经销商朋友一直陪伴着长城的成长。”谈及疫情期间,长城汽车连续推出的一系



列经销商支持政策,魏建军则直言,长城汽车和经销商是密切的合作伙伴,是长期的利益共同体,给予他们支持是应该的,是责无旁贷的。

在谈及主机厂和经销商这对既有合作,也有博弈的伙伴时,魏建军把它定位为鱼水关系,长期的利益共同体。这其中,他又特别强调了“长期”二字。

“为什么把长期放里面,熟悉长城汽车做事风格 and 文化的都知道,我们不愿意做急功近利、追求短期利益的事情。”在魏建军看来,汽车确

实和很多商品不同,作为价值很大的耐用消费品,如果没有好的经销商,不着眼长期,品牌就很难建立,用户的满意度和忠诚度也无法建立。

所以长城汽车将经销商视为核心的一部分,实实在在地去倾听他们的声音。魏建军举例说到,在订车方面,长城是经销商向主机厂订货,而不是给经销商分配。用魏建军的话说,“要保持好的经营质量,经销商对市场终端理解最透彻,是最有发言权的”。