

2011 齐鲁(临沂)秋季车展特刊

鲁南车界顶级盛会 唯一室内精品车展



传奇 我是

当今之世,舍我其谁

很多时候我们宁愿相信,舍我其谁是一种心态,而更多的时候它更是一种不易改变的状态。孟子有云:如果要使天下太平,面临今天这样的形势,除开我以外,还会有谁?这便是舍我其谁。

当今世界汽车市场,舍我中国其谁;当今汽车展会,舍我齐鲁其谁。

舍我其谁,是一种知难而进的心态。展示给人们的是一种自信;舍我其谁,是不甘现状寻求突破的精气神;是霸王力拔山兮气盖世的王者之气,是秦楚汉风之后的文化脊梁,是五千年华夏文化火种不断的寄托。

因为精气神的存在,2011年的中国汽车市场轻轻地和着政策的节拍回归了安静与理性,我们是否应该由衷地感到欣慰,我们是否不应该再纠结汽车销量不再那么高亢?作为汽车人,我们是否还在抱

怨车市的冷静与稳健?我们是否更应该赋予自主汽车工业更多的内涵?

舍我其谁,是一种敢于担当的精气神。记得三年前齐鲁车展第一次在临沂落地,对于在三线城市的临沂举办这样的高端室内车展我们没有多少经验,更没有成功的绝对把握,但是,正是因为我们有“舍我其谁”、敢于担当的责任感,才有了今天的齐鲁第六届(临沂)秋季精品室内车展气贯长虹的盛况,正是因为我们有舍我其谁的理想,才有了临沂汽车文化第一高地的概念,也正是因为我们有敢于创新不甘现状的创造力,才有了临沂唯一顶级室内车展春去秋来的一届一届……

车展在中国已经良莠不齐,车展大集天天有,广场全是吆喝声,什么样式的车展都存在,什么样规格的车展都在充斥着人们的视

野。殊不知,只是单纯的以卖车为目的的车展已经out了,门槛低、没品位、无品牌意识、粗放无序,这样的展会不仅仅无价值可言,更是无异于埋汰了汽车品牌魅力。当以展示汽车文化魅力、注重汽车品牌内涵与品牌包装的高端汽车展会虎视眈眈,我也相信经销商们也不可能hold住了!因为连经销商的意识都跟不上的展会还谈何宣传品牌文化?

正如孟子所说:“当时是当时,现在是现在。如果要使天下太平,面临今天这样的形势,除开我以外,还会有谁?”

(专刊记者 王文卿)

