



热爱可抵岁月漫长 坚守初心为客户服务



丛梅
济南全顺广告董事长

丛梅，一位力量与温柔并存的企业掌门人，她用坚韧拼搏与追求完美的精神开拓了各领域市场，用温柔细腻的工作态度赢得了客户信赖，以出色的领导才能和敏锐的商业洞察力，书写着一位女企业家的传奇篇章。

1999年，第一届齐鲁车展举行，“可以用火爆这个词形容，当时是盛况空前，现场热闹非凡。”一晃25年，说起首届车展的情况，丛梅记忆犹新。

“客户信任我，我就要帮助客户做到最好。”丛梅认真负责、踏实的态度在业界获得认可，丛梅经营范围不断扩大，陆续代理了几十个汽车品牌。

丛梅认为，齐鲁车展采用展示与销售相结合的模式，让汽车开始“飞入寻常百姓家”，车展现场，消费者不仅能直观了解感受，还能“货比三家”，营销模式更加贴近消费者的同时，还能让汽车品牌得到更大曝光，从此齐鲁车展在业内打响了“山东车展能卖车”的口碑，也开创了齐鲁车展的新纪元。

丛梅作为首届齐鲁车展的参与者，二十多年过去了，如今她的身份变成了齐鲁车展的见证者。“看着齐鲁车展一步一步升级，从最初‘赶大集式’的车展到如今具有国际范儿的汽车盛会，齐鲁车展在规模、品质、影响力等方面都取得了显著的进步和提升。”

十五年携手 车展就像“期末考试”



刘辰峰
纬锐传媒总经理

在山东这片充满活力的土地上，汽车市场历经多年发展，见证了无数品牌的崛起与蜕变。其中，纬锐传媒作为深耕齐鲁车市的佼佼者，自2009年成立以来，便与齐鲁国际车展结下了不解之缘，这是一家以一站式整合营销服务著称的公司，在齐鲁国际车展的舞台上，不仅助力众多汽车品牌实现了市场突破，也书写了自身成长的篇章。

时间回溯到2009年，纬锐传媒刚刚成立不久，便毅然决然地接下了来自齐鲁国际车展的“挑战”。纬锐传媒总经理刘辰峰介绍，对于公司来说，齐鲁国际车展不仅是展示自身实力与创意的舞台，更像是一场极为关键的“期末考试”，“那时候，我们既紧张又兴奋，紧张的是初次尝试车展这种形式，兴奋的是有机会可以展示我们的专业能力和服务水平。”

在纬锐传媒的发展历程中，齐鲁国际车展不仅是其展示实力的舞台，更是其不断学习与成长的摇篮。每一届车展的筹备与举办，都是对纬锐传媒团队执行力与创新能力的一次全面检验。

刘辰峰深有感触地说：“齐鲁国际车展前后，往往是纬锐小伙伴们最忙的时候。感谢齐鲁车展给我们纬锐传媒上‘强度’、上‘压力’，让我们加速迸发出专业的执行力和丰富的创意。”

创办初心终不改 感恩致敬再创新



辛升
齐鲁车展创始人

谈起“齐鲁车展”，就绕不开它的创始人——辛升。他曾是一位兢兢业业的记者，用朴实有力的文字为老百姓办了不少实事；他曾是一位业绩卓越的广告人，用一个个“金点子”赢得了客户的信任与尊重；他曾是一位勇于开拓的先行者，凭借超前的行业敏锐和敢于尝试的勇气，一手创办起了齐鲁车展，秉持“多赢”的初心，二十多年来一而贯之，奠定了齐鲁车展的坚实之路，同时，也闯出了自己在汽车圈的一片天。如今，“辛升”这个名字在汽车圈仍然是响当当的传奇。借此齐鲁国际车展50届之际，辛升表达感恩之情的同时，也指明了今后的车展之路：“开拓创新，踏实肯干。”

1998年，在齐鲁晚报第一届“齐鲁房展”的带动下，在“比学赶超”精神的鼓舞下，辛升萌发了创办齐鲁车展的念头。

大众、夏利、昌河、铃木……凡是当时市面上有的品牌，辛升挨家挨户上门，逐个确认。除了招商，找场地、做物料、上级报备等工作同步开展，辛升一人跑前跑后，克服重重困难，用近一年的时间为首届齐鲁车展的开幕做好了准备。

首届齐鲁车展借助齐鲁晚报平台的影响力，受到了广泛的关注，首届齐鲁车展也迎来“开幕即爆火”的效果。创立以来，齐鲁车展走过风风雨雨，历经车市变迁屹立山东车市26载，在百姓心中赢得“买车就到齐鲁车展”的口碑。“很多人问过我同一个问题：齐鲁车展长盛不衰的秘诀是什么？”谈起齐鲁车展发展至今的成长之路，辛升坚定地回答，“这离不开每届车展内容形式上的创新，和我们创办之初的初心或者叫定位一而贯之，那就是‘多赢’。”

如今的辛升虽已退居二线，但仍然牵挂着每一届齐鲁车展的举办，并且对山东乃至全国的汽车行业的发展保持着高度关注。“从山东省体育中心到舜耕会展中心，再到高新会展中心，最后落脚山东国际会展中心，齐鲁国际车展一步一个脚印地走过了二十多年的时光。齐鲁国际车展第五十届的举办，既是对过去付出的肯定，也是一个全新的开始，代表着车展进入了新的纪元。”

营收的10%投入核心技术开发！

理想汽车第二季度研发费用达30亿元

8月28日，理想汽车公布2024年第二季度财报。作为中国市场新势力品牌的领头羊，重视研发的理想汽车在第二季度的研发费用达到30亿元，将营收的10%投入智能驾驶、智能空间、智能电动和车辆安全等核心技术的开发。

理想汽车在智能驾驶领域持续的高研发投入成果卓著，消费者的选择，证实了理想汽车的吸引力。在第二季度，理想汽车共计交付新车108,581辆，同比增长25.5%，在20万元以上新能源汽车市场的市占率位居中国品牌首位。

第二季度，理想汽车营收达到317亿元，再次创下同期新高，同比增长10.6%。同时，企业经营效率在第二季度持续提升，帮助理想汽车连续七个季度实现盈利，经调整净利润15亿元，毛利润62亿元，其中近一半的毛利润用于研发投入，毛利率维持在19.5%的健康水平。值得一提的是，特斯拉、比亚迪和理想汽车是全球唯三盈利的新能源企业，其中理想汽车是成立时间最短，最快脱离外部融资实现自我造血的企业，并始终保持健康的毛利率。

长期研发投入在第三季度得到成果展示。7月，理想汽车向24万AD Max用户全量推送了不限城市和道路的无图NOA，真正做到全国都能开、全国都好用。行业首个基于端到端和视觉语言模型的双系统智能驾驶技术架构同样在7月发布，于当月完成千人规模的测试用户推送。8月30日，全新一代理想智能驾驶开启万人体验团招募，OTA 6.2正式全量推送。

8月21日，理想汽车累计交付量突破900,000辆，创造中国新势力和中国豪华



品牌新的历史。

两个季度均投入30亿元用于研发 理想汽车OTA 6.2正式全量推送

理想汽车将核心技术自研视为企业长期发展的重要基石，连续三个季度均投入30亿元用于技术研发，推动产品力的高频、高质量迭代，超越用户需求。

7月，理想汽车正式向24万理想AD Max用户全量推送“全国都能开、全国都好用”的无图NOA，摆脱对先验信息的依赖，在有导航覆盖的城市范围内均可使用，全面提升用户体验。

同月，理想汽车在智能驾驶夏季发布会正式发布基于端到端模型、VLM视觉语言模型和世界模型的全自动驾驶技术架构，并于月底在车端落地并开启千人内测。8月30日，理想汽车开启全新一代理

想智能驾驶万人体验团招募，标志着理想汽车正在加速推动技术创新面向所有用户落地。

7月，理想汽车为理想MEGA和理想L系列车型连续推送OTA 6.0和OTA 6.1两次重要更新，实现智能驾驶、智能空间和智能电动产品力的全面进化。8月30日，理想汽车宣布OTA 6.2正式全量推送，新增车位随车画、低速自动紧急制动、开放理想演示厅、超充站不下车降地锁等重磅功能，持续围绕智能驾驶、智能空间和智能电动提升产品价值。

L6成新爆款 理想汽车全品类参加齐鲁车展

4月，理想汽车发布家庭豪华五座SUV——理想L6，凭借超大车内空间、舒适豪华配置、智能增程四驱，以及第一梯队的

智能驾驶、智能空间体验，理想L6有效转化年轻家庭用户，成为当之无愧的新爆款。自6月起，完成生产和交付爬坡的理想L6月交付量连续突破20,000辆，成为20万元以上乘用车销量第一的中国品牌车型。

第二季度，理想L7和理想L8包揽30万元以上中大型新能源SUV销量冠亚军，理想L9仍是大型SUV市场的用户首选之一。

在即将到来的第50届齐鲁国际车展，迈入“有监督的自动驾驶”新阶段的理想汽车，将携理想L系列和MEGA亮相，向山东消费者展示理想汽车智能驾驶的无限魅力。

理想汽车交付量 创中国新势力历史

进入第三季度，理想汽车延续销量增长态势，7月共计交付新车51,000辆，创下品牌单月交付量的历史新高；8月21日，理想汽车累计交付量突破90万辆，成为首个达成这一里程碑的中国新势力品牌，也创造了中国豪华品牌新的历史。8月31日，理想汽车累计交付921,467辆。

理想汽车第三季度交付量预计达到145,000辆至155,000辆，同比增长38.0%至47.5%。收入总额预计达到394亿元至422亿元，同比增长13.7%至21.6%。根据交付指引以及7月、8月的交付表现推测，9月交付量预计达到4.6万辆至5.6万辆，10月中下旬将实现累计交付100万的里程碑成绩，成为首个达成百万大关中国新势力品牌。