

中华润滑油

2012年，以中国润滑油行业传奇人物姚旗为首的团队，整合行业优势资源，高擎“中华”品牌大旗，产品上市不到两年时间，市场销量即跨上亿元平台。

中华润滑油着眼于未来前景无限的汽车后市场，专注于建设直达终端的渠道经销商体系。目前，“中华”已在全国拥有270多家以地级市为单位的总经销商，覆盖全国三百多个地级市、85%以上的县级行政区域。

依托于既有的润滑油销售网络，着眼于汽车后市场未来的发展趋势，特别是移动互联网时代，汽车修理与养护行业面临的转型机遇，中华润滑油在2015年提出“双腿并进”的发展战略，倡导并实施厂家、经销商、终端修理厂共享互联网平台、共建服务品牌的汽车后服务新型商业模式。中华云店，是实现这一战略宏图的具体方案。

作为“中华”的核心战略，云店模式是中华润滑油透过渠道为终端修理厂提供的、基于换油而建立的车主用户电商服务平台，通过标准化、规范化、连锁化服务改善车主消费感受，从而帮助终端修理厂赢得并持续管理不断扩大的车主用户群。“中华”目前在全国各地建设了2800多家云店，有效运行近千家。这一探索，正在改变中华润滑油的品牌生态，使之从传统的产品品牌向服务品牌方向迈进，小包装车用润滑油销量持续上升，2016年接近3万吨，各类成功云店模式的探索正在推助更多修理厂与“中华”经销商深度合作，前景不可限量。

中华润滑油在北京、山东、江苏等地均有生产厂，各类润滑油及附属产品的年产能力超过20万吨。多工厂布局不仅缩短了物流半径、提高了市场供应效率，并且保证了对经销商实施免运费政策。中华润滑油产品质量优异，性价比高。“中华”产品先后通过了美国石油学会（API），以及美国康明斯发动机公司、奔驰、沃尔沃、大众汽车公司等国际机构

和企业的润滑油品级认证。

中华润滑油产品系列全，内燃机油涵盖汽机油、柴机油、摩托车油；车用附属品包括齿轮油、液压油、自动变速箱油、刹车油、润滑脂、防冻液及玻璃清洗液以及汽车养护品等。另外，“中华”的工业油产品系列齐全，可针对企业客户的需求提供定制化生产。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/zhrhy-852233.html>