

车市信息

别克凯越全系

价格新年大调整

从河南新纪元、河南旭龙、河南众通了解到,上海通用汽车宣布自3月2日起,对旗下别克凯越全系车型价格进行调整,各车型售价下调7000~10000元。上海通用汽车表示,在别克凯越市场捷报频传、销量一路领先之际,此举将使别克凯越在新的一年里更加突显其品牌和产品价值,也为2007年的我国中级车市场注入新的活力。别克凯越以品位进取的品牌形象、优异的产品综合实力以及“别克关怀”优质服务等竞争优势,上市三年来已受到近50万用户的赞誉。在刚刚结束的2006年,别克凯越销量高达17.6万辆,同比增长17%,创下了中级车市场私人用车销量第一的佳绩。此次价格调整,不仅反映出凯越身为中级车标杆不断超越自我的风范,也将使其在新的一年里继续引领市场。

尚凯

通美奇瑞

改变汽车新布局

日前,奇瑞汽车在河南的第三家4S店——河南通美汽车销售服务有限公司进入河南汽车市场。通美奇瑞严格按照奇瑞公司的五星级的标准建设,创造了全国奇瑞店建设速度第一(仅用了90天),硬件规模全国第二。通美奇瑞组建了高效、务实、创新的团队,“专、精、特、稳、准、狠”是通美奇瑞的团队风格,“通美奇瑞,诚信服务”是通美的企业理念,做有责任感的企业是通美矢志不渝追求的目标。通美奇瑞培养员工的民族责任感和社会责任,注重营销创新、管理创新,推广创新,服务创新,活动创新,将创新融到企业发展的每一个角落。通美奇瑞就迎来了试销期创造了QQ6 2007年1月份销量全国第一,2月份销量取得全国前三名的好成绩。这无疑证明了奇瑞河南战略的精准。

马敏

三菱蓝瑟

冲破10万大关

从3月1日起,三菱蓝瑟实施上市以来的第一次价格调整,降价最高幅度达到8000元。

据河南雄风副总介绍,这是东南三菱根据市场竞争变化和公司产品布局需要而进行的调整,至此,三菱蓝瑟的四款车型由原市场售价10.28万元~12.28万元,调整为9.48万元~11.58万元,直接破入10万元大关。作为三菱汽车入股东南汽车之后推出的第一款国际知名品牌的车型,三菱蓝瑟以三菱轿车独有的运动基因、入市的高性价比及用车的低油耗、低成本,主打家庭及热爱生活的时尚一族,其市场表现呈逐步上升态势。蓝瑟在配置上更趋向实用,双曲面电加热除霜后视镜、四门电动窗、Force limiter安全带、转向辅助照明灯、LED尾灯等都以实用性为标准。

雄风

河南新大陆

开展“春油”行动

阳春三月,正是出游的好季节,一场奇瑞A5的“春油”行动正在奇瑞汽车4S店——河南新大陆如火如荼地上演。活动期间凡在河南新大陆购买奇瑞A5的消费者均可参加此次计划,获得价值4000元的油卡。

在2006年中,奇瑞A5获得了十多项各类汽车评选大奖,其中更是入围了国内最具权威的“CCTV年度车型评选”两项大奖,牢固树立了在消费者心中的国车地位。作为奇瑞公司主力产品的奇瑞A5,集奇瑞公司多年研发力量于一身,凭借其优秀的品质、丰富的配置和69800元的超低起售价格,从年初上市时月销量不到2000辆,到2006年12月月销量近6000辆,同时出口近7000辆。为了回报消费者,春节前,奇瑞A5推出了“你开车我加油——新春购A5一年免费‘油’”活动,得到消费者的普遍认可,在中原大地上掀起了一轮销售风暴。奇瑞A5品牌经理张巍介绍,节前的“一年免费油”活动得到了大家的普遍认可,消费者也给予了奇瑞汽车最大的支持。为了再次回报客户,推出了“春油行动”,让大家在阳春三月,想去哪玩就去哪玩,而再也不用为高额的油费而担心了。

孙慧阁

汽车3·15

要买就买放心车

MINI 连接 iPod

国内虽然有奇瑞和力帆号称搭载了MINI的发动机,但是怎么感觉都觉得和MINI一点关系都没有,北京国贸和东方广场的停车场内,MINI的身影日趋增多,更令人惊讶的是,现在的MINI已经把iPod连接到该车上,这肯定让钟情MINI的女同胞欢喜一番。

宝马把其称作是一个梦幻组合:MINI和来自苹果公司的iPod,一个是灵活敏捷的英国轿车,一个是可将10000首歌曲放进您口袋的数字音乐播放器。这两个在各自领域都曾引起轰动的产品组合在一起,带来迄今为止最伟大的真实秀。无论如何,有了这种隐藏在手套箱中仅重175.7克、容量40GB的iPod之后,车主不用随车携带相当于39.5公斤重的大堆CD光盘。而且由于采用了新的接口,MINI的方向盘也可以发挥iPod上“点击式转盘”的功能,也就是说可以通过多功能方向盘上的按钮选择歌曲。

MG 名爵

MG有着令人眼花缭乱的各类型的高性能轿车,而真正能够体现出经典时尚、绅士气质内涵的英伦汽车的独特魅力。世界上衡量汽车设计制造的高性能、高技术水平的标准,必须通过世界级赛事或评比得以检验。MG一共打破了40多项世界速度纪录,持续80多年不断赢得体现顶级设计制造的殊荣。

中国消费者协会将2007年的消费主题确定为“消费和谐”。所谓“消费和谐”,就是要求经营者、消费者、政府和相关部门要履行应尽的社会责任,共同营造一个“消费和谐”的市场环境。然而汽车并非一般消费品,汽车消费要更加复杂。因此,我们就选出几辆质量过硬的车型,方便大家选购。

路虎神行者

1924年,MG品牌创始人、英国汽车教父莫里斯的崇拜者赛西尔·金伯设计出一辆特别的车,其发动机采用当时非常先进的顶置气门,加上轻量化车身,赢得了1925年Land's End Trial赛事的金牌。1928年推出新车型Midget,即MG M型。配备847毫升顶置凸轮轴发动机,车尾突出,内饰精美。175英镑的价格被称之为真正让人买得起的高性能车。1933年,MG冠军车型MG K3 麦格奈特诞生,在意大利mille miglia 道路比赛中打败了强大的法拉利车队,赢得分类比赛和团队赛冠军。20世纪末,时尚动感、充满激情的MG品牌日益获得消费者的青睐,MGR集团也确立了以MG品牌为主、罗孚品牌为辅的双品牌战略。

路虎神行者

神行者是路虎品牌中最为独特也最



新酷派

新款酷派宽大的车头加上了全新设计的组合大灯。在悬挂系统方面,新款酷派前面采用的是独立麦弗逊式悬架,后面是弹簧式双链型减震稳定器,加上独特设计的液压伸缩式减震器,大大增强了行车稳定性和操控灵活性。

新款酷派在前气囊的基础上增加了侧气囊,减少了侧面碰撞对人体的冲击力。全新酷派不但在安全性和舒适性上有着优异的表现,而且在生产中非常重视环保,使用了大量的可回收材料,尾气排放更是达到了国际标准。

刘亮生

2007 服务走出车商新路



进入2007年,汽车市场以更有力的步伐向前迈进,但同时竞争也演变得更加激烈和残酷。“如何在激烈的竞争中生存和发展?”是汽车经销商最需要迫切解决的问题,为树立起竞争优势,许多车商都进行了有益的探索,而在店面管理、客户满意度等综合指标上位列北京现代汽车专营店全省第一的河南万佳捷泰汽车销售服务有限公司则凭借不懈的努力正在走出一条与众不同的竞争之路。

追求经济化服务

服务,对于车商而言已经是老生常谈的话题了,每个车商都根据自己的理解形成了独特的服务理念。万佳捷泰的董事长李超对于汽车服务有着深刻的理解,他认为任何商品都是讲究服务的,汽车销售作为一项服务必须针对客户需求进行精细化的分类,并用最经济的方式最大化的满足客户需求。服务是一项“细节”,汽车价格是相同的,但服务却是千差万别的,需要精益求精的追求。万佳捷泰精心区分了选车、购车

前、购车后的客户,为不同的客户提供不同的服务,李超强调必须与客户互动起来,只有“互动”才能找到“客户真正的需求是什么?”,同时保证每一项服务的经济化,用他的话说就是“一定要尽量给客户省钱”。万佳捷泰在售后环节所推行的“每一辆进场的汽车必须在限定的期限内完工”、“维修费用与路边店的详细对比”等特色项目都是经济化原则的最好体现。

追求经济化似乎与企业追求利润最大化背道而驰,但李超却坚信员工的品质、团队的品质、企业的品质和依托这些品质形成的企业品牌才是一个企业核心竞争力的关键。

以管理赢取竞争

如果说服务只是竞争手段,那么先进管理则是万佳捷泰竞争力的内涵。李超认为目前汽车市场表面上虽然竞争激烈,但在管理上的竞争并不激烈,谁能在现在吸收国际先进管理经验并灵活运用,谁就能在未来的竞争中立于不败。李超告诉记者,万佳捷泰非常重视

服务,对于车商而言已经是老生常谈的话题了,每个车商都根据自己的理解形成了独特的服务理念。万佳捷泰的董事长李超认为任何商品都是讲究服务的,汽车销售作为一项服务必须针对客户需求进行精细化的分类,并用最经济的方式最大化的满足客户需求。

国外先进管理的学习与借鉴,在与韩国、意大利等知名汽车公司的国际化接触中寻找差距,以管理的提升来促动公司整体素质的提高,企业竞争不是争一时的名利,其长远目标是要寻求企业的健康协调发展并形成基业长青的品牌。向管理要效益的万佳捷泰已经收到了初步的效果,在2006年取得了一系列令业界关注的业绩。

正是基于长远的目标,万佳捷泰把2007年定为“管理年”,致力于全面提升公司的细节管理、流程管理和客户服务管理。李超说,打造企业的本身就是打造人的过程,员工在管理中起到决定性的作用,公司将专门聘请讲师对员工进行长期的培训;另外,将筹办内部刊物,进行思想交流,创造适于企业发展的工作环境……

显然,与市场上纷纷扰扰的价格之争、营销之争不同的是,万佳捷泰更多的是把精力放在了企业内功上,对管理和客户服务实实在在的追求将使万佳捷泰在激烈的竞争中越走越远。

舒晗

微车行业创奇迹

——长安微车30万公里无大修

借着长安微车在华北地区6省市提出的“两年十万公里特别保修服务”的服务主题活动,笔者走访了长安汽车华北销售大区,在采访过程中,笔者不但了解了“两年十万公里保修”更深层内涵,更是在河南地区亲眼目睹了一个中国微车行业的奇迹——长安微车30万公里无大修。

这件事就发生在河南的固始县,这辆车就是长安微车生产的一辆普通的长安SC6350。在河南,我们见到了今年40岁的车辆所有者吴峰鸿先生以及有着12年驾龄的驾驶员肖先生,他们一见到我们就

说:“这车确实太棒了,跑了30万公里从没有进行过大修。”他把我们领到这辆车牌号为豫S-47064的白色长安SC6350牌号。驾驶员肖先生说:“这辆车以卫生学校办公、走访、公务出差为主。我驾驶这辆长安汽车平均每天都行驶150公里以上。”我们从长安微车的技术研发人员那里了解到长安汽车的技术部门已经具备了包括创意设计能力、工程化设计能力、分析优化能力、样车制作能力和试验验证、评价能力,是目前国内拥有已建和在建规模最大的发动机生产厂的汽车集

海英

车市动态

东风悦达起亚开展免费检测

春暖花开的时节正是外出郊游的好时机。为了让车主们的出行更加顺畅,东风悦达起亚将从3月5日~3月25日,在全国各专营店开展主题为“春风暖人心,三月送关怀”的免费检测服务活动。

据河南新裕隆、河南广发、河南双盛介绍,这次活动将针对东风悦达起亚旗下的嘉华、远舰、赛拉图、RIO千里马、千里马和普莱特所有车型,检测的范围包括发动机系统、底盘系统和电器等,具体检测项目根据车辆行驶里程的不同而有所差别。届时,专业的技师还将现场解答用户的各种疑问,同时根据车辆的使用情况,指导用户最佳的操作方法和注意事项。

东风悦达起亚一直秉承“客户满意是企业的生命”这一服务理念,切实了解消费者需求,努力提供让消费者满意的服务,获得了良好的口碑。在2005、2006年的J.D.Power Asia Pacific“中国汽车销售满意度指数(SS)”调研报告中,起亚都取得不俗成绩。2006年8月29日,东风悦达起亚引入了国外汽车行业的先进服务模式,将所售出的非营运车辆的发动机、变速箱保修时限延长为5年/10万公里。

高枫杰

大发全国7城巡展郑州启动

国外汽车品牌进入中国都是中高档产品,至今还没有小型车进入的现状即将被打破,享誉世界的小型车制造专家大发工业株式会社(简称大发)将在五六月份,和一汽合作生产推出一款高品质的微型车——大发“D-01”。这款车在北京车展首次亮相后,大发在7个主要城市陆续展开主题为“精巧车走近你——大发2007年城市巡展”的活动,3月10日郑州站在百盛购物中心启动。展示车型包括第一款投入中国市场的车型的原型车“D-01”、小型敞篷跑车“Copen”以及真正的小型SUV“Be-go”。

大发始建于1907年,至今已有100年的历史,专门生产小型汽车,主要集中在1.5升排量以下的车型领域。2005年大发生产汽车130万辆,在日本销售50万辆,市场占有率达11%。目前产品出口欧洲、东南亚等120个国家和地区。大发执行董事岩边很有信心地说,中国政府在政策上开始鼓励小排量车型,能源紧缺、环保等问题也会对大发在中国的发展有利。选择在现在全面进入中国市场,对大发来说是一个巨大的战略转移。据了解,展示的大发原型车“D-01”为个性的多用途版,预计销售的车型有两排坐席可乘5人的1.3升和三排坐席可以乘坐7人的1.5升两个排量供消费者选择,引擎搭载的是最新款式的3SZ型·1.5L DVVT的发动机。年销售目标为3万台。

张磊

福美来心动版震撼上市

福美来心动版7.68万元~8.68万元全线上市。福美来心动版共三款型号,搭载骏捷、F3、赛豹等车型广泛采用来自三菱技术的4G18发动机,该机型尺寸较小,容易布置,能有效提高发动机舱的安全性,提高整车性能。

整车风格依然延续福美来的设计理念,合理的布局、人性化的配置和精美的装饰,无论是用料还是色彩搭配,都显示了海马独到的技术实力。而操控性、舒适性方面也具有良好的表现,作为马自达323平台上的又一车型,其制作工艺和装备水平依然保持着高标准的要求。作为福美来的系列化产品,福美来30万用户的驾乘体验就是品质的最好证明。

据郑州海马汽车销售服务有限公司的负责人介绍,福美来心动版的定位是入门级高品质中级轿车,主要是因为该车型良好的品质和价格定位,在同类型中具有实实在在的竞争力;同品质,福美来心动版具有价格的优势,同价格,福美来心动版又具有品质优势。“福美来心动版的上市,势必对入门级中级车市场带来巨大的冲击”,业内人士评价说,相对于竞争车型而言,原有的市场格局已经过于紧张,而福美来心动版的加入势必给市场带来不小的冲击。

郭思贝

豫海奥迪A4

场地挑战赛激情上演

3月10日,由河南豫海汽车销售有限公司精心组织的“豫海奥迪A4场地挑战赛”在河南省汽车贸易中心激情落幕,众多喜爱奥迪品牌,尤其是喜爱全新奥迪A4的朋友在活动中尽情释放激情、挑战极限、超越自我,与全新奥迪A4共同度过了一个精彩的周末。

本次场地挑战赛是一次针对全新奥迪A4轿车的深度体验,在活动中参与者可以体会到奥迪专业试车教练的亲身指导、竞赛式的产品体验以及很多趣味性试车项目等。

据河南豫海汽车销售有限公司市场总监孟庆伟介绍,通过这次活动,更多的消费者将会对奥迪“尊贵、动感、进取”的品牌内涵有深刻的体会;对于全新奥迪A4独一无二的驾乘体验有更为切身的感受;对于汽车驾驶技巧和驾驶安全知识有了全面的了解。

贾廷海