

营销新路 彰显品牌魅力

奥迪 quattro 杯 高尔夫锦标赛完美收官

7月7日,全球规模最大、最受推崇的业余高尔夫球赛——“奥迪 quattro 杯”高尔夫锦标赛“中国区第21场分站赛”在河南思念国际高尔夫俱乐部举行,本站比赛由河南南区奥迪特经销商河南豫海汽车销售有限公司承办,逾百名中原高尔夫球业余精英激情挥杆、切磋球技,享受了这场国际顶级赛事的乐趣。

据悉,本届 quattro 杯高尔夫锦标赛也是首次亮相河南,河南豫海汽车独家承办了本次比赛。在剩下的1个月多内,还将产生16对优秀选手,共同争夺中国区年度总冠军的头衔,并代表中国区参加2007年11月在墨西哥洛斯卡沃斯举行的奥迪 quattro 杯高尔夫锦标赛全球总决赛。作为本次活动的主办方,河南豫海汽车销售有限公司总经理王平表示:“奥迪 quattro 杯”高尔夫锦标赛充分彰显了奥迪百年历史中沉淀的尊贵、进取、动感价值理念和其独到的品牌魅力。奥迪 quattro 杯不断扩大规模和日益风靡的形式则进一步表明奥迪一贯倡导的积极进取而富有品味的生活方式已经为中国越来越多的动感精英人士所接受,这也是河南豫海汽车将这一顶级赛事带到中原的初衷。

沃尔沃 S40 北欧艺术巡展抵达郑州

为了庆祝沃尔沃汽车80周年庆典,让车主近距离欣赏S40,7月6日~7月8日,沃尔沃S40在郑州百盛购物中心进行展出。现场还展出了经典斯堪的纳维亚风格设计的艺术和家居生活作品,沃尔沃汽车河南地区经销商河南顶盛汽车销售服

奥迪高尔夫锦标赛、沃尔沃S40北欧艺术巡展、通用五菱建立博爱卫生站、福田推出先后买营销新模式……在降价营销力量日渐微弱之时,各大汽车厂尝试用体育比赛、艺术展出、公益事业等方式为自己的品牌注入更多的文化、社会内涵。



务有限公司在现场为消费者讲解了沃尔沃S40的独特设计与功能,让中国的消费者充分体验沃尔沃汽车一贯倡导的北欧斯堪的纳维亚设计理念。沃尔沃汽车公司演绎突破的一项重要内容,是促使顾客群体年轻化,全新沃尔沃S40因此应运而生。沃尔沃S40在中国目标客户是一批睿智、自信、富有责任心、优雅而不张扬、不随波逐流的当代中国年轻精英。沃尔沃S40融入了更多的时尚、动感、智慧元素,再加上沃尔沃品牌拥有健康的豪华品牌形象以及良好的市场口碑,S40已经成为国产豪华车市场中一款非常有竞争力的车型。

上汽通用五菱 关注公益事业

6月20日,广西隆安县爱华村迎来了

首家“上汽通用五菱博爱卫生站”的正式落成。该卫生站的正式投入运营标志着以改善贫困农村地区就医条件和医疗卫生基础设施为目标的“红十字天使计划——上汽通用五菱博爱行动”已进入实施阶段。

据悉,首家“上汽通用五菱博爱卫生站”的落成是今年3月26日上汽通用五菱与中国红十字基金会成立“红十字天使计划——上汽通用五菱博爱基金”的公益行动的具体实质成果,其首批注入的200万元专项资金旨在用于推动贫困农村地区卫生事业发展,解决贫困地区农民看病难问题,今年拟建的首批10所卫生院(站)地点主要选择在缺血少药的贫困地区。据了解,在爱华村“上汽通用五菱博爱卫生站”揭牌仪式上,上汽通用五菱除向卫生站捐赠大量常用病用药和一辆崭新的五菱之光医护专用车外,还积极联合柳州工人医院专家为村民现场义诊疑难杂症,在

适当的时候还会通过培训方式提高当地医师的行医水平。

福田 推出先后买营销新模式

日前,国内欧系轻卡的领军车型欧马可宣布,正式推出“先后买”及包退、包换、包修的“三包”服务,引发业界强烈震动。“先后买”相当于把消费风险完全转嫁给了厂家,基本上消除了消费者后顾之忧,此外在家电等行业广泛采用的备受消费者推崇的“三包”服务承诺也第一次引进汽车行业。

记者了解到,欧马可推出的“先后买”,即办理了相关手续后,意向用户可以先将欧马可开走,试用一段时间,如果在试用期结束后,用户对欧马可有任何不满意,可以不给任何理由交还车辆、不予购买。如果用户购车时,还可以选择分期付款,首付款额度为车辆净值的30%,剩下的款项免息最多可在半年内还清。同时,欧马可还推出“三包”承诺,根据三包凭证或购车发票,给用户两年或40000公里的整车三包有效期,并制定了详细的退车、换车内容。只要用户符合相关条件并提出退、换要求,欧马可将会履行“三包”承诺,坚决给予退换。

汽车营销专家指出,欧马可作出的“先后买”和“三包”承诺标志着国内汽车产品品质发展的一个新里程碑。对于竞争对手而言,欧马可的“先后买”和“三包”显然是凭借欧系轻卡的品质优势设立了更高的门槛,加剧了市场竞争;但对消费者来说,却意味着消费风险真正降低到了“放心”的程度,无疑是大大的利好。

本报记者 李莉

新车品鉴



东风日产天籁·御系列发售

记者从东风日产威佳、威达专营店获悉,基于日产强大的全球技术平台而倾力打造的全新产品——天籁·御系列,7月1日起开始在全国发售。这是继2004年天籁导入中国后,首次在功能配置和内在技术上实现跨越性突破的全新系列。精心打造的全新天籁·御系列并未如之前市场预期的调高价格,而是保持了天籁一贯的价格定位,同时原有天籁车型价格随之大幅优惠。这充分显示了东风日产下半年冲刺30万台目标的实力与决心。

天籁·御系列从基本型开始全系列所有级别均配备了全球十佳V6引擎、五星安全系统及高强度智能悬挂系统三项核心技术,这在同级车市场绝无仅有。东风日产声称,此举将首次打破高级车市场的行业潜规则,让消费者充分享受到高级车应有的尊崇和体验。 郭思贝

1.8T 圣达菲 9月上市

近日,华泰汽车集团对外宣布,将于9月推出搭载1.8升涡轮增压发动机华泰圣达菲车型。据了解,在韩国现代的产品序列中,圣达菲系列并没有1.8版本车型。这就意味着,华泰汽车集团自2000年与韩国现代汽车集团展开技术合作后,在引进、消化韩国现代既有技术的基础上,已经完全具备了自主研发新车型的实力。从单纯引进国外车型到自主推出适应中国市场需求的新一代车型,1.8T华泰圣达菲车型的即将上市,标志着华泰汽车集团实现了一次战略飞跃。

SUV车型普遍具有较高的排量。目前,国内市场越野型SUV排量大多在2.5升以上,城市型SUV在2.0升以上。虽然以华泰圣达菲为代表的一些主流城市型SUV车型已经在油耗方面有极大改善,但与大排量相应产生的高油耗依然是城市消费者购买SUV车型的主要阻碍因素之一。专家认为,1.8T华泰圣达菲完全能够满足城市消费者对SUV车型动力性的需求,以牺牲多余排量换取相当的燃油经济性,是一种利于消费者的务实的做法。华泰汽车集团此次突破SUV即意味着大排量的传统意识,在国内率先推出1.8T华泰圣达菲,既是基于其国内细分市场的精准把握和灵活应对,又体现出市场创新的勇气。据华泰汽车内部人士透露,1.8T华泰圣达菲将以更低的价格冲击城市型SUV市场。 高军

车市活动

河南新裕隆 举办 Optima 远舰推介会

7月7日,东风悦达起亚河南地区首家5S专营店隆重举办了“劲价引爆,炙手可热”——Optima远舰大型推介会,来自企业用户代表、各界嘉宾参加此次推介会。此次推介会将起亚远舰最高降幅32000元为主要推广主题,并同时举行嘉宾互动座谈、试乘试驾等活动。

作为一款蜚声国际的世界级车型,起亚远舰在海外屡屡获得奖项肯定,而在国内市场,起亚远舰绝对称得上是东风悦达起亚在中高级车市的代表作品。远舰不仅车身线条流畅,全新镀铬散热格栅使整车气质典雅气派,全系列车型都配备高级桃木内饰、铝合金轮毂,搭载的新一代2.0DOHC发动机省油环保,手自一体两款变速器全面满足消费者对驾驶乐趣的渴望和对舒适享受的追求。起亚远舰同时拥有“固若金汤”的安全防护系统,曾经荣获韩

国汽车碰撞试验5星安全基准及美国4星安全认证。其中起亚远舰2.0TOP版本直降3.2万元,售价仅为167,800元,优惠幅度高达16%,但是行车电脑、倒车雷达、电动车窗、恒温空调和DVD移动影像系统等原本20万元才能拥有的高档配置一应俱全。国内合资企业率先推出的“5年/10万公里”高标准售后服务也最大程度提升了起亚远舰的产品价值,为消费者呈现了一次超值的消费享受。 起亚远舰的大幅降价不仅有冲击力

击了新车交易市场,也很大程度地活跃了起亚至诚二手车交易。近期起亚至诚推出了“换远舰,降价、油卡双重惊喜送您”的大型二手车置换优惠活动,以任何品牌二手车置换起亚远舰都将额外获得3000块的油卡,专业的服务、实惠的价格和贴心的赠礼让更多消费者轻松实现自己拥有新车的愿望!相信随着性价比的进一步提升,起亚远舰能够迅速在车市掀起一股“逆市旺销”的热潮。 高超



车市营销

“品”“质”联盟 奔腾亮出两张王牌

从国内汽车市场来看,自主品牌长期集中在经济型车领域。但随着2006年一汽奔腾、奇瑞A5、华晨骏捷等新车型的陆续上市,自主品牌开始真正在中高级车乃至更高级别的市场上发力。

不仅仅是借鉴 奔腾打出质量牌

业内专家表示,通过3年耗资近10亿元的研发,安全技术成为奔腾最大的卖点,也是国内首款将其作为最大的卖点来开发和设计的车型。那个犹如好莱坞大片般的真人侧翻测试让人记忆犹新。试验数据显示,奔腾轿车在模拟现实路况的各种侧翻事故中,

以110KM/h的时速翻滚720度,真人车手毫发未伤,创下了同级轿车的安全之最。

事实上,在真人侧翻之前,奔腾已经连闯三关,顺利通过“实验室侧翻测试”、“极限静压测试”、“国内首例侧柱碰撞安全试验”等一系列安全试验评测的挑战,并在一些深度项目上超越了欧洲NCAP及美国FMVSS标准。

而另一位对汽车颇有研究的李先生则认为,奔腾超高的性价比无疑是最吸引大众眼球的地方。他说,除了高品质的2.0升发动机,5速手自一体变速器以及五位一体的主动安全电子装备以外,奔腾还安装了6安全气囊帘装置,包括单级引爆式前排双安全

挑战高度 自主品牌大放光彩

上市以来,一汽奔腾在《南方都市报》“2006年埃奥斯卡”年度自主品牌创新奖以及《中国汽车画报》“2007年度最具市场潜力车型奖”等十多项。2007年4月底,一汽奔腾再次获得了“中国汽车品牌自主创新标志车型大奖”。 李华

车市导购

七月车市 礼惠消费者



一汽-大众 用户突破两百万 礼送不停

记者从河南裕华奥捷获悉,在一汽-大众两百万辆下线之际,为回报广大用户的厚爱,一汽-大众将在7月举办“真情两百万,感恩大众心”大型回馈活动!活动期间购车即赠超值大礼,速腾(1.8T、2.0L真皮包)优惠促销风暴也在进行中。

“得民心者得天下”。十几年的发展,一汽-大众日渐成长,已经成为一个受消费者尊重信赖的企业。细数它的发展历程,十几年来有无数值得珍藏的精彩瞬间:1991年2月6日一汽-大众有限公司成立;1997年5月20日北京举行“捷达王”投放仪式;2002年2月第五十万辆轿车下线,2004年经过21项技术改造的新捷达轿车投放;2005年4月15日开迪上市;同年12月12日速腾下线;2006年7月8日新宝来在北京投放;同年7月14日捷达百万辆轿车下线。2007年7月一汽-大众用户已经突破两百万。2007年1月,在国家统计局实施的(2006年公众最放心的汽车生产厂商民意调查)中,一汽-大众在所有项目评比中皆名列第一。

据悉,备受关注的一汽-大众第一款B级轿车迈腾将于本月11日在北京隆重上市,迈腾将是本月的重头戏。迈腾以他领先的发动机技术、全方位的驾乘安全体验、独具匠心的舒适性赢得万众期待。从裕华奥捷获悉,目前迈腾全系产品正在火热预定中,试乘试驾会也在同时进行。

河南双盛 降价加送礼 嘉华迎暑期

河南双盛东风悦达起亚4S店于6月30日举行了主题为“飞降一夏 嘉华推介会”活动,取得了圆满成功。河南双盛为此准备了如旅行包、飘逸杯、驾照包等精美的礼品,活动期间参与者踊跃。双盛嘉华销售顾问按照宣传内容为大家演示了嘉华多达七种的座椅变换模式,令观者欣喜不已。有客户说这种座椅“围起来可以打双升扑克”,对嘉华人性化的设置大加赞赏。活动期间6月底的天气很热,嘉华中央空调的制冷效果和控制令人惊喜。

随后大家又体验了嘉华优秀的操控性能和空间,河南双盛嘉华部经理孙红波介绍说,嘉华2.7L黄金排量具有3.0的动力,2.5L的油耗,得益于嘉华整体性能的提升和经济性的考虑,为用户节约不少成本。于此同时,在嘉华整体价格大幅下调期间,河南双盛在厂家降价的基础上再送大礼包,让您的爱车从里到外达到心仪的配备,尽情享受驾驶的乐趣。

河南中植 东方之子 Cross 试驾 送大礼

7月7日,在悠扬的小提琴伴奏声中,稳重大方的东方之子 cross 在河南中植闪亮登场,这款宜家宜商的轿车堪称七座经典,9.98万元的售价让人不得不感叹国产轿车的实惠,真正体现了自主品牌汽车厂家的承诺——造老百姓买得起的好车。

记者兴致勃勃地参加了试乘试驾会,从中原西路河南中植展厅出发,沿西环一路狂奔,东方之子cross的强劲动力得以完美体现。升起电动门窗,与外界的喧哗形成强烈反差,“隔音效果不错嘛!打开音响听效果咋样。”车内的寂静瞬间被环绕立体声占据,大家都沉浸在优美的音乐中。“这个是奇瑞东方之子cross独有的自动上锁功能,当时速超过40千米/小时以后,它会自动上锁,确保乘客安全,此外,整车配备了4个安全气囊,属于高端安全车型。”工作人员详细介绍了cross的配置。绕郑州一圈回到中原西路河南中植展厅时,大家都被东方之子cross的完美表现所征服,河南中植推出现场订车送大礼包活动,点燃了客户的购车欲望,8位消费者当场签下了订单。 魏瑞娟 郭思贝

品牌解读

自主品牌旗云势夺霸主地位

上半年,自主品牌风头盖过了合资品牌。奇瑞以207096辆总销量位列第四。在郑州亚之星的展厅,我们发现旗云销量逐月飙升。旗云从8年前的风云开始,已经根据市场和消费者的需求,进行了5次大规模换代,13项之多的性能改进和核心部件发动机的全面升级,可以说,8年来,旗云从未停止过前进的脚步,才有了今天旗云产品的经久不衰。

旗云的价格优势明显,比同级别的捷达、桑塔纳要低两三万元,对于一款4~7万元的车型来说,旗云表现出了足够的厚道。价格便宜却配置丰富——自主品牌旗云在成本控制方面,比较需要支付给外方品牌使用费等合资品牌来说,具有很大的优势空间,因此即便只有不到5万元的价格,旗云也标配了四门电动车窗、动力转向、冷暖无氟空调、前后排安全带、中央门锁、电动后视镜等丰富的配置。去年,由旗云改装的赛车在国内最高级别的汽车比赛——中国汽车拉力锦标赛中获得1.6L组全国年度季军的好成绩;今年6月,在由隶属人民日报社的我国汽车行业最权威媒介《中国汽车报》主办的中国首届“年度出租车型评选”活动中,旗云获得了含金量最高的中小城市组“年度出租车型”大奖。 陆星