



河南中豫驾驶达人赛预选赛落幕

本报讯 6月2日,大众进口汽车2013年中国驾驶达人赛河南中豫经销商选拔赛落下帷幕,4名参赛选手经过统一项目与家族科目比赛,最终从参赛者中脱颖而出。他们将代表河南中豫汽车,参与半决赛中的家庭型、时尚型、越野型和运动型家族车系比赛,与来自全国118家经销商的优秀选手一起,角逐中国区总决赛席位,获胜者将前往德国与国际驾驶达人同场竞技。

据了解,虽然河南中豫汽车的驾驶达人选拔赛已经结束,但优惠的购车政策正在火热进行中。即日起,消费者只需首付10万元,即可将时尚经典甲壳虫等开回家;首付20万元,就可“贷”走尚酷R、夏朗等心仪座驾;而只需首付30万元,就能与途锐等车型一起踏上征途。超低首付的优惠政策,让消费者提前享受到家庭型、时尚型、运动型、越野型四大家族车系的非凡驾驶感受。(李新)



雅力士全国挑战赛郑州站 邀你过招

本报讯 随心驾驭,挑战激情。6月15日、16日,“2013雅力士全国挑战赛”郑州站将在郑州国际会展中心前广场拉开帷幕。据悉,凡参赛者均有机会获得主办方提供的丰富奖品,而成功进入本站前三名的选手不仅可以赢取价值不菲的苹果产品大奖,还将作为郑州代表参加8月份在广州举行的年度总决赛。

如果你想一圆赛车梦,与各路民间赛车高手“切磋过招”,可携驾照于活动当日前往郑州国际会展中心前广场报名参加,驾龄满一年以上者均可报名参加。活动期间,参赛者驾驶雅力士参加比赛,即可争夺丰厚奖品,现场观众也可通过现场的互动游戏亲密接触雅力士,赢取精美礼品。

据介绍,活动现场将展出广汽丰田的全系车型,以及经过改装,大量使用了来自丰田赛车部门TRD (Toyota Racing Development)相关零部件的雅力士。消费者可以通过广汽丰田的官方微博,随时了解赛事的动态。(陈仪)

河南亿瑞瑞风S5 驾控秀 火爆上演

本报讯 6月2日,河南亿瑞展厅热闹非凡,河南亿瑞瑞风S5驾控秀举行,一行80多人从河南亿瑞展厅出发,到达邙山黄河边绿源山水生态园,参加了此次活动,对瑞风S5进行各种路况下的试乘试驾体验。

活动期间,主办方对车型做了详细的产品演示讲解,试乘试驾注意事项及路线图介绍,车型对比讲解,并发布了当天订购瑞风S5的一系列优惠政策。

此次瑞风S5的试驾道路涵盖了柏油路面、土路、环岛、连续转弯、颠簸路面、起伏路面等多种路况,在不同的路况下,瑞风S5都能应付自如,给客户带来舒适、安全的乘车体验。客户深刻感受到了这款车的品质魅力。活动结束后当天就取得了定销43台的佳绩。(牛明)

榜样十年 被东风日产改变的一切

2003年到2013年,中国用了10年时间,进入了汽车社会。汽车深刻地改变了中国人的生活。

2003年到2013年,也是中国汽车企业快速腾飞,迅猛壮大的十年。其中,成立10年的东风日产被普遍认为是这十年汽车发展的典范样本。

十年间,东风日产从初建时的80亿元年产值上升到2012年的超1000亿元;从0到超过400万辆的产销规模;从年销量6.5万辆,到2012年的77.3万辆;从100家销售服务网点(4S店及二级网点)发展到超过了1300家;从最初十开外的市场占有率上升到行业前五;而在日产全球体系里,东风日产的地位越来越重,甚至表现出明显的后发优势,对日产进入更多新兴市场提供了正面的借鉴……东风日产的十年发展,以迅猛的速度成为行业典范。

从一辆车到一种生活

“技术日产,人·车·生活”,这是10年来,东风日产一直坚持的信念。在不断成长壮大的过程中,东风日产以其独特的模式,在不同领域产生了潜移默化的影响。这种“东风日产模式”的影响力来自其产品与服务,更来自东风日产企业本身,以及围绕东风日产所形成的巨大产业体系。在不知不觉中,东风日产正让许多人因其而变。

东风日产坚信,一辆车,改变的不仅是移动方式,更是一种生活方式、生活态度以及价值观。

2011年末,东风日产提出了“汽车公民”理念,倡导汽车社会道路文明、道路礼仪,致力于改善道路现状、创造和谐人·车·生活。并且,东风日产从企业内部到合作伙伴,再到全社会对该理念进行了大力传播和实践推广。在接下来半年多时间里,东风日产在全社会掀起了一股践行“汽车公民”的热潮。

从中国走向世界

东风日产不仅为400多万用户提供了精彩的汽车生活。更重要的是,东风日产在经营实践过程中,形成了一种开放融合的企业哲学。

东风日产在强大自身的同时,深知只有产业链整体水平提升,才有自身更大的发展。因此,东风日产的企业哲学不仅用于自身,更放在了对待产业链上下游的供应商以及下游的经销商上。像启辰品牌组建的“品质联盟”,事实上支持和推动了许多国内的零部件供应商按照全球领先标准来实现提升。东风日产还专门建



东风日产技术中心

立了供应商管理科,通过帮供应商挖掘课题解决课题,从而让供应商降低成本,获得收益。

“从新建店的选址规划、市场调研、分析到落成验收,从人员甄选、培训,到特殊市场环境下的政策调整等,东风日产一路关注,全力支持。”旗下专营店连续七年八次蝉联全球NSSW大奖的常州中天汽车有限公司董事长陈逸驹说。

从2003年开始合作,发展到现在的五家东风日产专营店、三家直营二级网点,在东风日产支持下,中天汽车在当地的市场占有率从最初的6.18%迅速上升至2011年的12.70%。

日产COO志贺俊之表示,东风日产作为日产全球备受瞩目的事业标杆,在快速开拓市场方面,能充分结合当地实际,整合当地资源,形成了一套行之有效的有效的方法和手段,相关事业的创新经验对日产全球都极有启发意义,是日产开拓新兴市场的重要参考。东风日产对汽车产业的改变,已然从中国走向世界。

从产业推动力到社会发展力

历经10年的高速发展,东风日产已经形成了一个以生产基地为核心,贯通上下游产业链的,联动周边相关产业的工业王国。

位于广州市花都区的东风日产生产基地,形成了一个集汽车研发、

河南得佳奥迪A6L“自由贷”乐享优惠

本报讯 近日,“融聚梦想,尽享财务自由——河南得佳奥迪A6L‘自由贷’”活动在河南得佳CBD展厅举行。来自郑州当地的多家主流媒体以及多位A6L意向客户参加了本次活动。

为了答谢广大客户的支持与厚爱,得佳奥迪在活动期间特推出自由灵活的金融政策,“0首付”,“0利率”,“低首付,低利率”,“5-1-5”,此外还有更劲爆的存5000送5000的优惠活

动(含2000元延保)。

活动主角A6L以霸气犀利的造型获得客户的一致青睐。该车采用奥迪全新家族式前脸,略带棱角的进气格栅,配合着改为圆形的雾灯和运动化前裙,使新一代A6L整体感觉更加年轻动感。相比老款车型的内敛和庄重,还新增了HUD平视显示系统、预防式整体安全系统等,从安全性和豪华程度上提升很大。

作为2013年度全国十佳车型之一,奥迪A6L延续了为中国消费者打造长轴距尊享空间的设计理念,使后排乘客的舒适性及尊贵感得到全面提升,而全新发动机的使用也使其拥有更强劲的动力表现,十余项本土化专属设计更是细致的照顾到了国内消费者的需求,这些改变让全新一代奥迪A6L得以延续其在行政级轿车市场的霸主地位。(牛明)

经销商资金压力较大

中国汽车流通协会发布的2013年4月份汽车经销商库存调查显示,4月份经销商综合库存系数上升至1.68,环比上升0.05,同比下降0.04。其中,进口品牌库存系数与上月相比虽小幅回落至2.17,但仍过警戒线;4月份库存系数最高的前三个品牌分别为讴歌、英菲尼迪和凯迪拉克,库存系数都超过了3.00,一般经销商库存系数>2.5时即反映库存过高。记者注意到,汽车经销商库存调查中,库存系数最高的三个品牌无疑全部是进口品牌,目前在售车型主要依靠进口。

一位进口车经销商负责人表示:“与中低端车不同,进口高端汽车单位价值动辄50万元以上,一旦库存预警,说明经销商压在车子上的资金也预警

了。如果库存量超高,那么资金压力将会非常巨大。而作为进口车经销商,减轻库存压力最有效的方法还是尽快促成销售,也就是变现,降价是最直接手段。”

进口豪车市场价格战还将持续

“以前消费者买进口车砍的是加价的部分,紧俏的车型加价十几二十万,加价部分能砍个五六万不错了。现在直接砍车价,你不砍,经销商也会主动促销帮你砍。奔驰、宝马、雷克萨斯这些主流进口车型,很多经销商目前都有大幅优惠,高端一些的车型能有10万~20万元降幅,而且还有继续谈价的空间。”从事多个品牌进口车销售的段先生向记者表示。

“从进口量的减少,也可以看出经

销商库存压力。因为手头还压着很多车子,所不敢继续增加库存。”一位进口车4S店销售经理说。

根据海关统计,2013年1~4月中国汽车进口总量为39.25万辆,同比下降20.2%,而4月的整车进口量则为9.7万辆,与去年同期基本持平。据记者了解,今年一季度,中国豪华汽车销售市场增幅仅有8.34%,呈现出快速萎缩的状况。相比去年同期,中国豪华车市场的销量增幅则同比下降80%,昔日的超高速增长戛然而止。业内人士分析,除了宏观经济因素之外,中国政府严控公务用车和严控奢侈消费等举措,对豪华车消费产生了极为重要的影响。而作为豪华车市场必不可少的组成部分,进口车市场的增速放缓趋势也就得到了进一步的体现。赵德轩

进口豪车步入“下行轨道”

根据中国汽车流通协会统计的26个进口汽车品牌(占进口车份额90%)的终端销售数据显示,进口豪华轿车一季度销量同比下滑30%的业绩之后,4月销量依然出现同比10%的下滑。中国汽车流通协会有形汽车市场分会副会长苏晖认为,进口车价格从以往加价几十万到现在降价几十万元的大幅变化,或许预示着进口车市场销量增速从高速增长进入下行空间。

“从去年开始国内汽车市场就进入了慢车道,连续两年呈个位数增长率成为了中国车市‘微增长’常态。对于进口豪车市场而言,这一情况更为严重,市场出现了急速萎缩。”一位从事进口车贸易的业内人士告诉记者。

全国汽车服务行业战略合作精英峰会举行

本报讯 5月31日,来自全国各地的300余名汽车服务行业精英汇聚于中原汽配行业领军企业——河南汇泰汽车零部件股份有限公司,参加主题为“品牌、战略、国际化”的全国汽车服务行业(2013)战略合作精英峰会。中国汽车维修行业协会会长孙守仁等人亲自与会,传达了最新的行业发展动态和政策信息,并对“汇泰模式”的发展提出了自己的建议。

记者从会上获悉,为响应国家《关于创建和推广诚信品牌企业的指导意见》号召,汇泰股份将成立“中原汽车服务品牌大联盟”。届时,将由河南省交通运输厅统一领导和部署,选拔各市区一到两家综合维修企业及若干家专项品牌服务商加盟“品牌联盟”队伍,通过政府、协会和联盟的重点扶持与培养,使之成为全国诚信经营品牌标兵,从而带动全行业的快速、规划化发展。(陈仪)

郑州港源举办2013公交车大客户推介会

本报讯 日前,东风本田郑州港源店2013年大客户推介会在郑州江南温泉举行。

在推介会上,东风本田汽车有限公司大客户领导郭秦鹏介绍了东风本田MPV车型 ELYSION,并对 ELYSION 在郑州市场上的发展寄予了殷切期望。同时,就东风本田的快速成长、各款车型的不凡品质及东风本田的未来规划做了详细的介绍。

据了解,本次郑州港源大客户推介会旨在增进东风本田与郑州市政企客户的感情,扩大东风本田在郑州市公务用车市场占有率;同时充分体现东风本田对政企采购的高度重视,努力提升东风本田在郑州的品牌影响力和知名度。(牛明)

赛倍润润滑油进驻河南

本报讯 日前,赛倍润润滑油发布会在郑州河南中州皇冠假日酒店顺利召开,这预示着由上汽集团上海国际汽车零部件采购中心与西班牙 CEPSA 集团 cepepa 润滑油公司强强联合推出的赛倍润润滑油正式在河南郑州落户。

西班牙 CEPSA 集团 cepepa 润滑油公司出口总经理 Alvaro Macarro 在发言中对产品进行了详细介绍,并在会上举行了隆重的首批合作客户的签约仪式。

会上,河南省汽车行业协会常务副会长蒋蒋贵敬认可赛倍润润滑油产品的同时也相信赛倍润润滑油能为河南省汽车行业带来新的发展机遇,能为维修厂、服务站带来更好的选择,能为河南省的消费者带来更安全高效的实惠,并表示,本次会议的召开,使双方优势互补,与河南资源的对接配置,实现了多赢的目的。(陈仪)

未来汽车设计师的选拔赛：东风日产“启辰”设计大赛正式启动

本报记者 陈仪

5月7日,东风日产“启辰”设计大赛正式上线,百所高校青年精英探索中国汽车未来设计的活动全面拉开帷幕。本次大赛由东风日产和中国青年报社联合发起,以发现和培养优秀青年汽车设计人才为目的,为中国汽车设计界的希望之星们提供一个专业、公平的展示舞台。



记者从大赛主办方获悉,投稿报名已于6月2日结束,全国高校学生将设计图连同设计理念说明上传至大赛官方邮箱(cydauto@foxmail.com),接受专业评审团检验。同时,参赛者须在腾讯微博#我是启辰设计师#话题中完整阐述设计理念、灵感由来和应用意义,并发起微博转发。大赛主办方将综合设计图的基本情况、微博传播引发的关注度,评选出一、二、三等奖,并授予“启辰设计师”荣誉称号。

所有获奖学生除了获得奖金外,还有机会于6月16日赴东风日产总部,参加为期三天的“东风日产·青年日”活动。届时,大赛获奖选手们将走进这家曾创下“东风日产速度”的车企,与东风日产高层及研发工程师进行高端对话,并深入企业内部,了解汽车生产制造的流程和汽车制造工艺的每一个细节,近距离感受以“创新”、“速度”、“融合”等闻名业内的东风日产氛围。

据悉,东风日产也希望借此大赛,进一步在青年大学生中,挖掘创新原动力。“年轻一代购车群体对于车辆的动感和时尚的要求比较突出。在未来车型的规划上,东风日产将更尊重年轻人的需求,通过创新时尚造型和杰出的性能来满足客户所需。”东风日产乘用车公司副总经理任勇接受采访时表示,“此次‘启辰’设计大赛,就是希望能借助年轻大学生的创新激情和创意视角,激发更贴合未来消费者需求的汽车造型设计。”

本次大赛评审之一中国高校传媒联盟常务副秘书长何磊则认为,东风日产联合发起“启辰”设计大赛,进一步展示了对消费需求的尊重。善于“创新”的东风日产和具有创意激情的青年学生们组合在一起,必将迸发出让人怦然心动的创意火花。

目前,大赛组委会已收到近百份参赛申请,不少大学生都摩拳擦掌,跃跃欲试。“参加了‘启辰’设计

大赛,不管结果如何,我始终相信,我们团队是最棒的。”看到设计大赛消息后,从小就对汽车外观着迷的大学生张斌立即在微博上这样写道。看到青年学生高涨的参赛热情,组委会也备受鼓舞。中国青年报团委书记罗旭辉表示,“这么多学生积极参与‘启辰’设计大赛,很大程度来自对中国自主品牌品牌的关注,当然也是对东风日产自主品牌启辰的积极回应。”

事实上,东风日产一直将创新意识深深植入企业DNA中,不断用“领先半步”的创新精神,为消费者提供高价值的创新产品和服务。时值东风日产成立十周年之际,联合中国青年报发起“启辰”设计大赛正是东风日产面向未来消费群体的创新尝试。正如任勇所说,“启辰”设计大赛是释放年轻创新力的平台,让越来越多中国未来汽车设计师们能从中脱颖而出,带动整个行业创新力量的蓬勃发展。

苏立萌