

首届旧机动车估价师资格培训开班

5月20日,河南省首届旧机动车鉴定估价师职业资格培训班开班典礼在金水生态园举行。据了解,本次培训班是由郑州机电工程学校和河南至诚旧机动车鉴定评估有限公司共同举办,而且获得了中国汽车流通协会、劳动和社会保障部职业资格鉴定中心授权。

首届培训班正式学员约

有60人,主要来自全省各开展以旧换新业务的品牌汽车经销商、各二手车交易市场从业人员等。培训结束后,经国家统一理论考试、技能考试合格者,将由劳动和社会保障部颁发全国统一的《旧机动车鉴定估价师执业资格证书》和中国汽车流通协会颁发的《旧机动车鉴定估价师注册证》。

刘剑

奇瑞瑞虎3 1.8L 车型上市

5月18日,奇瑞河南新大陆店举行了瑞虎3上市仪式。经过改进的瑞虎3外观更时尚;内饰材质的改进和工艺水平的提升使操作和乘坐感都更为舒适和人性化。搭载的ACTECO 1.8升高性能发动机具备动力强、提速快、节省燃油、绿色环保的特性。至此,瑞虎3已形成了覆盖1.6L、1.8L、2.0L三个排量,满足消费者多元化需求的“虎群”,“瑞虎”

则正式为该系列的母品牌。

在上市仪式现场,新大陆奇瑞的张总郑重宣布了瑞虎3 1.8L车型的售价从9.58万元起,与原2.0L(4G63发动机)车型相比降幅达4000元,同时向首位瑞虎3车主交付了车钥匙。瑞虎3合理的性价比也许将再一次引发国内汽车市场的“震荡”。

晚报记者 秦麒杰

比亚迪 F6 上市在即

日前笔者获悉,比亚迪进军高端战略车型 F6,将于9月份上市,售价15万。在上海国际车展首度亮相,F6就荣获“最佳(中国)首发新车”奖。

据介绍,F6是比亚迪推出的第一款B级车,定位为中高端轿车。该车型外形大气流畅而又前后呼应,整车沉稳踏实兼具动感时尚,动力和安全性能更是独树一帜,

配备两款动力总成和两款发动机,在配置上既丰富高档又不失个性。F6将首次配备自主研发的自动变速箱,一改以往比亚迪所有车型都是手动变速箱的局面。从上一届上海车展走出的比亚迪F3,上市一年半便创下了单一品牌突破10万辆销量的骄人业绩,因此,业界对F6的市场前景十分看好。

刘剑



南汽名爵 何必讳言“民族品牌”



□晚报记者 秦麒杰

在中国汽车市场“井喷”的2003年,曾有不少专家学者撰文对中国汽车产业“拿来主义”严重表示担忧,担心中国汽车会沦为国外汽车巨头的附庸,希望大力提倡鼓励民族汽车品牌的发展。将近四年之后,中国民族汽车品牌非但没有消亡,反而如枯木逢春,格外蓬勃的发展起来。

所谓民族汽车品牌,有个关键性的词汇叫“自主权”,即产品核心技术的知识产权一定是企业自己的,对于产品的开发方向、市场政策等关键因素

我们的企业也能够完全说了算,这是民族品牌区别于合资品牌的基本条件。总结国内民族汽车品牌的发展道路,发现共有三种模式。其一是完全的自主开发,在全球经济一体化、产业分工越来越具体的背景下,这一模式已经基本不存在;其二是与国外先进企业进行合作,购买或合作开发新的核心技术,国内企业仍然保有对产品的完全自主权,这是目前较为普遍的一种情况,也已经为市场所认可;其三是整体购买国外的车型技术,冠以国有品牌进行销售。

对于第三种模式眼下争议颇多,一汽轿车的红旗HQ3、奔腾,上汽集团的荣威等都曾受到过非议。但有一点可以肯定,这些产品的品牌都是我们自己的,符合我们关于民族汽车品牌的定义。在荣威上市的现场,上汽集团董事长胡茂元曾说,“(荣威)凝聚着中国人对拥有自己民族汽车品牌的期盼,凝聚着上汽对自主品牌”的期待。”无论是出于舆论压力还是市场需要,对于一个从合资中尝到了大量甜头的企业而言,这番话都表明了民族品牌在未来中国汽车产业中的重要地位。

遗憾的是,与上汽荣威

同样收购自英国罗孚汽车,拥有完全自主产权的南汽名爵却不这么认为。在记者打算就民族汽车品牌的发展向南汽名爵的公关部门采访时,得到的却是这样的回答:“我们(名爵汽车)不做民族品牌。”

好一个“不做民族品牌”。是不会做?不能做?还是不想做?在南汽名爵的官方网站上,我们找到了答案:“(名爵汽车)拥有的MG名爵品牌,传承并发扬了纯正英国汽车文化,是中国第一个国际高端品牌。”壮哉斯言!不是不会做,不是不能做,只是不想做,因为名爵是“国际高端品牌”。不过让人想不通的是,“国际品牌”如何会与“民族品牌”起了冲突,难道“民族的”就不能是“世界的”?其实,有实力购买国外的先进设备与产品,原本是一件骄傲的事,能够将一个没落的车型重新发扬光大再次杀回国际市场,也值得国人额手称庆。怕只怕有了好的产品,却没有好的心态,那时恐怕就会丢掉“世界的”,也失去“民族的”了。



奇瑞 V5 2.0L 缘何热销

作为民族自主品牌的高端多功能轿车——奇瑞 V5,自2006年6月诞生以来,经历了强烈的市场历练,随着产品线的丰富,品质的不断升级,在乘用车市场得到了充分的认可。尤其在商务车领域,其特有的多功能性,更实用、更准确的“酷越”特性和国产车强大的性价比优势,受到更多消费者的垂青。据河南中润一位负责人介绍说,今年前4个月,V5销量已近200台,居全国销量前茅。奇瑞V5在河南市场上的热销有哪些因素呢?今日,笔者对这一热销现象做了深入采访。

奇瑞 V5 2.0L,更时尚、更实用、更实惠

“奇瑞V5作为民族自主品牌的高端多功能轿车,在市场上的表现并不逊色于合资品牌车型,在其品质上凸显的五种优势,是吸引广大消费者购买的内在因素。”河南中润甘雄经理介绍说,“第一就是国际性。说奇瑞V5是款国际车型并不夸张,无论是从设计理念,车型造型,V5都是由国外专业公司参与进行的,这里并不是说外国的月亮一定圆,毕竟中国汽车产业还处于一个学习消化的阶段。有了这些国外专业公司的协助,足以保证V5车走在了世界造车业的前沿,无论是外

形、内饰、配置等都与国际酷越车型同步。

“第二是全能性。酷越车的基本特点要求很高,车辆需同时具备MPV车的多功能性、SUV的运动性和轿车的舒适性,而V5车以其运动、未来、舒适和多功能的设计理念,成功地打造了这样一款车,无愧于全能车型的称号。灵动性和科技性是该车具备的第三、第四个优势。V5车整车外形动感十足,动力上搭载的是三菱4G64和奇瑞ACTECO2.0发动机,动力强劲,操控自如。起步、提速时反应灵敏,整车具有一种蓄势待发之势。现代汽车的发展就是一部汽车科技的进化史,V5车的科技配置同样出色。无论是

从发动机,变速箱,经过英国莲花公司调校的底盘,还是到三屏DVD和GPS全球定位系统,以及分区控制的独立恒温空调、双触摸天窗、带加热座椅等等,都让我们感到高科技或者高档配置离我们其实并不遥远,这些曾经的高档车配置在我国国产车上也一样得到了实际的应用,绝对是‘昔日堂前燕,飞入百姓家’。最后一点也是消费者普遍关注的一点就是安全性。奇瑞V5高配置车型拥有前排4气囊,ABS+EBD制动系统,溃缩式机舱设计,安全性高,保障有力;其他像中控锁、电子防盗等防盗设置也都是标配,主被动安全性都非常高。”

这五大突出优势就奠定了奇瑞V5更时尚、更实用的特点,而其105800元的起售价格则更是彰显了该车的实惠性,购车成本低,2.0L发动机更省油,促使使用成本低,维修保养成本也随之而降。

奇瑞 V5 2.0L,服务更全面、更到位

河南中润是奇瑞V5在郑州地区唯一一家营销体系,公司位于北环汽车交易中心对面,地理位置优越,前店后站的4S模式不仅保证了售前的愉悦购车体验,也为广大消费者解决了对售后服务的诸多疑虑。

河南中润拥有扎实的

营销队伍,通过严格的服务理念培训和业务培训,每位销售人员都能为客户提供令人满意的服务。“我们作为管理者,除了做好销售以外就是对团队的培养,一个优秀的销售服务团队,能给企业树立良好对外形象,关键是能为广大消费者提供优质的服务。我们的理念就是‘中润服务天天进步’。”该公司甘雄经理解释道,“除了人员队伍的良好服务理念,河南中润在营销政策上的制订也是想客户所想,尽最大可能为广大消费者提供全方位、多层面的立体式服务。我们的促销活动丰富多彩,比如刚刚结束的‘买车送笔记本电脑’、‘买车送演唱会门票’等活动,

都是根据产品特性和消费者需求而做的。我们还经常组织老客户座谈、不定期举行一些自驾游,这些都为我们带来了很好的口碑宣传。”

由此可见,一款产品的热销不仅有其自身过硬的优异品质,经销商的营销服务也是不可或缺的关键因素。奇瑞V5 2.0L的热销不是偶然,它是奇瑞和河南中润共同努力的结果,随着市场竞争的日益加剧,单纯的因素已不能打动消费者,“打铁还需自身硬”,只有做好全方位的准备才能在这一领域独领风骚。

河南中润 V5 试驾热线:0371—67259996

地址:郑州市北环汽车交易中心对面