

盘点 2007 郑州车市营销智慧之战略篇

打破游戏规则发现“蓝海”

——解读江淮瑞风世纪阳光的竞争之路

“要赢得明天,企业不能靠与对手竞争,而是要开创‘蓝海’,即蕴含庞大需求的新市场空间,以走上增长之路”

——《蓝海战略》

在国内汽车市场,最常见的竞争方式是与对手针锋相对,汽车厂家“你升级我换代、你降价来我跟风”,经销商市场营销活动更是大同小异,但硬碰硬竞争往往使企业陷入“血腥的红海”。此时,创新则显得尤为珍贵。江淮瑞风河南世纪阳光正是郑州车市中创新的实践者。



寻找新市场

河南世纪阳光短短一年时间,将瑞风汽车在河南的销量提升了 200%,迅速打开市场。2007 年,世纪阳光另辟蹊径,成功开拓改装车市场,销量在江淮瑞风全国经销商中名列前茅;因其在创新营销上的出色表现,世纪阳光被授予中国十大“金销奖”,成为全国唯一获此奖项的汽车经销商。而这一切是与世纪阳光总经理余志勇的创新追求分不开的。

2005 年的夏天,轿车市场的火拼与厮杀达

到了白热化,有部分经销商甚至每月都百十万赔钱。冰火两重天,成也萧何败也萧何,但轿车流通仍然是投资人逐利的对象。

当大家都深陷轿车价格的泥潭无法自拔时,世纪阳光凭借对汽车行业前瞻性的眼光,发现了一片蓝海—MPV 市场。河南 MPV 市场当时每年也就 200 台的销量,这个销量实在吸引不了投资者的兴趣,当时江淮汽车几乎约见了所有的河南有实力的经销商,终

因大家都不看好 MPV 市场而一度搁浅。但余志勇凭借对汽车行业深刻的理解,认为 MPV 瑞风应该有非常广阔的前景,这里孕育着巨大的商业机会。

当大家都在轿车领域搏杀之际,世纪阳光选择了 MPV 这个市场,发现了这个隐藏商机的蓝海。实践证明世纪阳光的选择是对的,从 2005 年瑞风就稳居 MPV 市场的销售冠军。

谋求创新路

余志勇深知“蓝海”战略的精髓是“重建游戏规则,打破常规”,创新始终伴随着世纪阳光的成长。

无论市场营销还是市场拓展,余志勇都不乏创新之举:2006 年,世纪阳光为全省 3000 家中小企业免费举办了连续十期的 MBA 成长大讲堂,此举迅速让江淮瑞风抓住众多潜在消费者,同时也成功树立起世纪阳光的品牌形象;在市场拓展方面,世纪阳光成立之初就采用建立 2S 店和二级网点的形式,迅速用兵布阵地二级市场,开创 MPV 市场之营销先河。

“今年我们会增加直营店的布局,同时要继续做好满足不同用户个性化的需求,改变过去厂家生产什么卖什么的被动经营模式,真正为客户提供更多的增值服务,将来我们卖的不仅是厂家的产品,更是我们世纪阳光的产品。”余志勇告诉记者。

当其他车商激烈厮杀时,河南世纪阳光却在余志勇的“掌舵”之下迅速壮大,在商用车这个相对狭小的市场上有了大作为:不仅保持瑞风 MPV 每年销量快速增长,而且找到了新的市场切入点,与改装厂合作,成功切入改装商务车、特殊用途车市场,不断推出法院警车、救护车、执法用车来满足不同消费群体的特殊需求。

世纪阳光选择了 MPV 市场、选择了瑞风,同时以前瞻性的眼光瞄准了改装市场,走一条创新之路,开创一片蓝海。创新精神也将帮助世纪阳光越走越远。

郭思贝

爱丽舍是真正节油王

在目前油价居高不下、燃油税牵动人心的大背景下,油耗问题再次成为了年末购车潮中消费者不得不考虑的问题。为了让消费者可以有更全面的认识,我们选取了 7 万~11 万元市场中且同为 1.6L、手动挡的四款车型进行油耗影响因素的全方位解析和比较。实际油耗来自“新浪网友自助、爱车油耗调查”的平均数据。

发动机对油耗的影响——最客观、最直接

发动机技术越先进,调校越精良,则其喷油量和功率输出的计算就会越精确,燃油消耗就会越低。但同等速测试下,爱丽舍的表现要优于其他车型。

轮胎对油耗的影响——10%的“震撼”

除了发动机外,轮胎的滚动阻力也是影响油耗的重要因素。轮胎越宽呈现出的车辆抓地力就会越强,行驶时纵向稳定性和抗侧风能力

也会增强,但油耗会增加也成为了一个不争的事实。从数据就可以清晰地看到,爱丽舍产生的滚动阻力明显小于同级别车型,因此,这两款车也比较省油。

风阻对油耗的影响——“差之毫厘、失之千里”

一般来说,车辆高速行驶中,最大的阻力就来自空气。因此风阻系数(c)哪怕是 0.01 的降低也会带来结果的很大不同。从以上车型的对比来看,爱丽舍在风阻对油耗的影响是最低的。

经以上比较,爱丽舍是四款车型中唯一一款发动机油耗、滚动阻力、风阻系数三方面表现都得五星评价的车型,而且也是实际油耗最佳的车型,所以综合全面因素去评价车辆的燃油经济性时,爱丽舍无疑成为了 7 万~11 万元级别车型中的节油王者。

毛嵘作

J.D. Power 亚太发布 2007 调研报告

凯旋杀入高端高档中型车前三名

近日,J.D. Power 亚太发布了 2007 年中国汽车性能、运行和设计调研 SM(APEAL)报告,东风雪铁龙凯旋、丰田凯美瑞、丰田锐志喜获高端高档中型车市场前三名。在今年东风雪铁龙屡屡在 J.D. Power 的调研中获得良好排名的背景下,本次凯旋进入 APEAL 报告高端高档中型车的前三名,不仅显示了凯旋轿车本身的魅力,更显示了东风雪铁龙在产品、服务等多个层面走在了行业前沿。

权威调研得出的魅力车型

凯旋由于其性能表现和配置超越了用户的期望,使自身成为一款极具吸引力的车型,从而一举进入 APEAL 报告中高端高档中型车市场前三名。据了解,凯旋的魅力主要来自于安全、节能环保和超越同级别的科技配置。

J.D.Power 成绩彰显综合实力

东风雪铁龙今年屡次在 J.D.Power 亚太发布的调研结果中名列前茅。除了旗下的凯旋本次顺利进入 APEAL 报告中高端高档中



型车市场前三名之外,东风雪铁龙还在 J.D. Power 亚太发布的 2007 年度中国经销商售后服务满意度调研(CSI)报告、2007 年度中国经销商销售服务满意度指数(SSI)调研报告中,得分均高于行业平均水平,位居前列。东风雪铁龙取得的一系列荣誉,证明其在车型设计、制造和售时、售后等多个层面上具有行业领先地位。

廖彦飞



马自达 Zoom-Zoom 激情即将掀开新一页!



马自达 Zoom-Zoom

长安马自达 零距离体验 Mazda3 和 Mazda2 的动感魅力!

长安马自达马自达 3 马自达 2 4S 经销商为您提供马自达 Zoom-Zoom 的动感魅力! 以最新“零距离体验”的方式为您提供马自达 3 和马自达 2 的动感魅力! 马自达 3 和马自达 2 的动感魅力! 马自达 3 和马自达 2 的动感魅力!

销售热线: 0371-60000000