



■全城节油总动员

一些改装确实可以达到节油效果,但同时也带来了负面影响

# 节油改装几多愁 认清需要再动手

油价高涨,除了在挑选汽车、驾驶习惯上的注意事项以外,不少汽车发烧友开始自己动手改装自己的汽车,以期达到节油的目的。确实有一些改装可以达到节油的效果,这让这些发烧友们欣喜若狂,以为自己找到了节油的良方。但是,节油改装带来的一些负面效应他们却知之甚少。就此事记者专门采访了汽车4S店的多名维修技师和爱卡汽车网资深汽车发烧友“绿色的森林”,对于现今市面上流传较广的汽车节油改装,他们发表了自己的见解。 晚报记者 陈栋



## 改装一:加装点火增强器

效果:提高点火温度  
负面:加速火花塞老化

陈先生驾驶的是一辆起亚千里马1.6L轿车,今年6月份,油价上涨,他为了节省燃油,听朋友介绍给自己的车加装了一个点火增强器的装置。装上以后,提速迅猛了不少,油耗也确实下降了一些。陈先生很高兴,忙不迭地向自己的朋友介绍这个装置,于是众乐乐也。可过了一个多月,陈先生却高兴不起来了。一天他的车突然加速无力,抖动剧烈,尾气冒起了黑烟。到4S店一检查,火花塞都不行了。河南广发4S店的技师告诉他,正是他加装的这个点火增强器,加剧了火花塞的点火燃烧程度,老化迅速,使火花塞提前下岗了。

“绿色的森林”介绍,点火增强器是一种集中火花塞点火效率,让电流更少流失,提高点火温度的装置,在节省燃油的同时,必然会加剧火花塞和缸线的老化,缩短它们的寿命。所以改装要认清自己的用途,如果是汽车发烧友,追求车辆性能并且不惜金钱的话,那就没问题,常换火花塞就是了;如果仅为了节油,节省金钱,那么这个改装就有点儿得不偿失。

## 改装二:调整行车电脑数值

效果:强制降低油耗  
负面:改变整车状态

老王是一个资深改装发烧友,看他的车就能看出来。以前一直宣称不在乎油耗的他在汽油涨价之后也有点儿撑不住了,又不好意思将自己车的外观改变,把大轮胎再换回小轮胎这样的事他无论如何也做不出。于是他想到了调整电脑。在将一些电脑数值调小之后,油耗降下来了一些,但以开车迅猛著称的老王却感觉车子不如以前有力了,加速时总显得力不从心。无奈,追求驾驶感觉至上的老王只得又去将电脑数值恢复到默认值。4S店的技师批评他说,行车电脑这个东西也敢动,真是发烧友了。

网友“绿色的森林”说,现在的电喷车型全靠行车电脑控制车辆状态,喷油时间、喷油量、油气混合度等等都是电脑控制的。改变一定的数值确实可以节油,但整车的状态会大大改变。这样长期下去对车辆是种伤害。他建议除非是懂电脑和汽车的双料高手,否则尽量不要

调整行车电脑。

## 改装三:高流量风格、风箱

效果:汽油燃烧更充分  
负面:流失低速扭矩

陈鹏是个年轻的驾驶员,他梦想成为一名赛车手,今年3月,他用几乎所有的积蓄买下了一辆马自达3轿车。谁知买车没多久,汽油就涨价了,陈鹏这个本就没什么经济基础的年轻人更感到养车力不从心了。他在论坛里看到有人说用高流量风格会加大空气进入量,使汽油燃烧更充分,从而达到节油的目的。他赶忙从网上订购了一个,结果加装上之后,油耗没怎么下来,开车时感觉低扭却流失了不少。几个星期之后,他又回4S店将原装空滤装了回去。

裕华紫光的李健说,高流量风格比原装空滤进气量要大一些,但在城市中开车,改装这种进气量更大的空滤会使低速扭矩流失。网友“绿色的森林”说,高流量风格是赛车运动的初

级改装,为的是在发动机高转时获得足够的空气。除非你都在五六千转换挡,否则效果并不明显,而显然这样的开车方式在城市中是不适用的。所以改装高流量风格以期节油,是一个误区。

除了这些常见的改装,还有加装电子整流器、改装排气管、更换轮胎等等。“绿色的森林”说,汽车改装重要的是整车的均衡以及你所取的方向。改装时不要只听改装的好处,它所带来的负面效应也应充分了解,之后再根据自己的情况决定是否需要进行这样的改装。

### 【温馨提示】 改装要遵守法规

记者咨询郑州市车管所获知,涉及到汽车排量、涡轮增压等汽车技术参数部分是绝对不能私自改装的,法律法规对改装汽车作出了限制:汽车的型号、发动机型号、车架号不能改,不能破坏车身结构;汽车改变颜色,更换发动机、车身或者车架的,必须交验汽车,更换发动机、车身或者车架的还要提交机动车安全技术检验合格证明;车贴面积不能超过车身总面积的30%,超过了就必须去相关部门报批;车的外观不能大幅改动,要求与行驶证上的照片基本保持一致。

昵图网nipic.com



河南中植汽车销售服务有限公司 营销总监 甘雄

**前言:**自河南中植推出【省·动七月】活动至今已有月余,面对车市淡季外加油价高涨的双重挤压,中植奇瑞以售价3万-5万元的三款精品小排量车型QQ3、QQ6、A1为拳头,带领自主品牌奇瑞汽车在河南创下同比增长20%的佳绩。中植奇瑞用的是什么招儿,做到“淡季不淡”、“旺季更旺”的呢?近日,笔者走访了该公司营销总监甘雄先生,甘总用风趣、睿智的话语为我们解读了中植奇瑞的取胜之道。

**笔者:**欣闻贵公司7月份的销量已逾330台,同比增长超过20%以上。在传统淡季外加油价高涨的双重压力下,中植奇瑞是如何做出这一佳绩的呢?

**甘总:**中植奇瑞能做到“淡季不淡”,与我们的营销逻辑息息相关。6月份,国内油价再次上涨,消费者对家用车的购买观念再一次理性化,作为代步工具,买着省、用着省的车是最受关注的对象,这是市场环境催生小排量

# 亲民营销,一切为用户着想

——解读中植奇瑞【省·动七月】的营销逻辑

经济型车春天的到来。7月初,根据市场反应,公司对产品销售主线和销售政策做了重新部署,在充分考虑用户需要的情况下,适时推出了【省·动七月】精品小排量车促销活动,通过扎实的推广和销售人员的积极工作,QQ3、QQ6、A1这三款精品小排量车在消费者心中逐步树立了时尚、节能的良好印象,同时也带动了中植奇瑞销量的提升。

**笔者:**刚才您提到“营销逻辑”一词,如果用几个字或者一句话总结中植奇瑞的营销逻辑,那该是什么?

**甘总:**关注中植的人都知道,从今年年初开始,我们几乎每个月都以开展主题活动来服务消费者,尤其是四月份开始的“声势春天”、“四年店庆”、“定制车型”等活动都让消费者以过硬的质量、实惠的价格、贴心的服务购车。概而言之,“亲民营销”就是我们的逻辑,也就是“站在用户立场上,思用户所思、想用户所想、急用户所急,一切为用户着想。”

在【省·动七月】活动开始之前我就给销售人员讲过,消费者为什么会来关注奇瑞QQ、关注小排量车?就一个字——“省”。省,就是硬道理!那么我们就为用户量身制订出一套最省的购车、用车规划;公司是在销售一辆汽车,而我们销售员则是在为用户提供一个最佳有车、用车的生活方案!

**笔者:**奇瑞QQ3、QQ6、A1三款精品小排量车型在中植7月销售份额中占据一个什么样比例?您认为这种比例与您对市场的期望是否有差异?

**甘总:**中植奇瑞这三款精品小排量车型在7月份销量达到160多台,占总销量的半壁江山,相对而言是不错;但单从160台的销量数据上讲,与我对市场的期望值还是有一定差距

的。仅以奇瑞A1为例,这是奇瑞公司首款全球同步上市的国际化车型,外形时尚、配置丰富,动力澎湃、油耗经济,价格实惠、“4年或12万公里”质保,这款车每月卖100台都不是没有可能。

**笔者:**针对销量与期望值之间的差异,在第三季度,中植奇瑞的营销会采取哪些动作呢?

**甘总:**当下越来越严重的交通拥堵和油价上涨让消费者的购车积极性受挫,同时,消费者也在徘徊中更加清醒地审视购车目的。这就让经销商在销量与期望值之间不断地权衡,以达到合理的预期,并根据预期目标与实际销售数据适时调整下一阶段营销策略。第三季度,中植奇瑞仍将以提升客户服务满意度为主要目标,根据消费者需要不断推出质优价廉的产品,将销售和售后服务工作做细、做扎实,维护好中植奇瑞“车型丰富、价格优惠、服务上乘”的良好口碑。对于我们来讲,用户的信赖就是最大的回报! (姚旭阳)

