



夏季车市 用行动制造清凉

虽然炎炎夏日阻挡了一些购车者的消费热情,但车商们却用另一种“清凉”刺激着那些爱车的人们。据悉,近段时间以来,车商们纷纷举行多种多样的活动,如检验车型动力的加速赛、戏曲擂台赛、免费汽车保养等活动,打出了一套漂亮的营销组合拳。

晚报记者 陈娟



风神S30 快意之旅炫动郑州

6月13日,风神S30“快意之旅”全国路演正式登陆郑州,这是风神S30“快意之旅”全国路演的第二站,充满激情的创意游戏与活动,与风神S30动感时尚的车型展示相得益彰,使风神S30快意之旅炫动郑州古城。

据悉,风神S30呈现五大设计亮点:外观造型大气、动感、时尚;舒心驾乘、激情操控;磅礴动力与燃油经济性和谐统一;东风风神

特有的 Safety@DFVP 全面安全理念;以及富有韵味的内乘设计与巧妙的空间布局,展现出全新境界的中级车形象。东风乘用车公司副总经理李春荣表示,风神S30充分体现了东风风神“从容进取,品质生活”品牌理念,将成为务实进取的创业者、踏实稳健的实干家、热爱生活的乐观派们追求品质生活的理想座驾。

河南新大陆举行瑞虎西藏自驾游

6月9日上午10时,河南新大陆瑞虎西藏自驾游全面启动。据了解,此次活动路线为由郑州始发途经宝鸡、西宁、格尔木等地,最终到达西藏拉萨。奇瑞厂家与河南新大陆4S店把这次瑞虎西藏之旅定性为“绿色之旅”,瑞虎车队将沿途为贫困学校送去爱心,送去温暖,从而展现奇瑞汽车大爱无疆的精神境界。

据悉,经过几天的行程,车队已经从郑州途经宝鸡、西宁、都兰、格尔木,途经素有“聚宝盆”之称的柴达木盆地。为了让车队人员安全行驶,主办方河南新大陆做好充分准备:氧气、抗高原反应药品、食物、水等,一应俱全。截至目前,车队仅完成的是此次1/3的行程,还有更险要、更严峻的路况在考验着瑞虎车队。

奥迪丰之元举行戏剧擂台赛暨鉴赏会

为回报广大新老奥迪用户长期对公司的支持与厚爱,河南丰之元奥迪4S店将于6月20日在其展厅内举办“驭百年奥迪 品经典戏剧”的河南戏曲擂台赛暨鉴赏会。

据悉,丰之元一直以来都将客户的需求放在第一位,在保证奥迪服务品质的前提下,根据客户期望定期举办车主联谊活动,让客户充

分感受到奥迪全方位的关怀与呵护。此次活动请到的演员有国家一级演员,十届全国政协委员李金枝、河南省戏剧大赛及河南省首届青年演员大赛一等奖获得者范静、2000年全年擂主总决赛优秀擂主白军选及戏剧小演员孔莹。活动中丰之元的奥迪车主们也将进行戏曲擂台表演赛,并现场选出擂主。

郑州海马举行“欢动0~400米加速赛”

6月13日,在河南汽贸中心,郑州海马举行“天生强悍,欢动0~400米加速赛”的活动,欢动1.6跑出了0~400m加速17.30秒的最好成绩,很好地体现了“技术海马,品质为先”的追求。

据悉,新上市的欢动1.6,匹配海马最新的HA-VVT-1.6发动机,拥有了强大的加速性能。而“04加速赛”不仅可以以最直观

的方式,传递欢动1.6产品的性能,更可以通过消费者亲身体验,将其产品亮丽、舒适、安全与进步等信息充分地展现给了观众。如果说成都“极限24小时”赛道测试会表现的是欢动的品质;那么,“04加速赛”则更侧重于欢动发动机技术的呈现,验证了欢动1.6L发动机VVT技术以及其充沛的动力输出状态。

奇瑞微车缤纷好礼服务活动落幕

继“开瑞缤纷好礼五福临门之2009贺岁服务活动”顺利举行后,5月,开瑞微车又开展了“开瑞缤纷好礼五福临门之快乐出行服务活动”,活动期间全国所有的开瑞微车用户,只要进站均可享受一次全面免费检测,还能参与抽奖,赢取1000元的燃油卡或多次免费保养、100元代金券等奖品。

据悉,开瑞微车秉承了奇瑞汽车“快乐体验”服务理念的精髓,处处体现着“执行

无借口,服务无边界”的服务理念。为了让用户更好地了解开瑞微车的性能,活动期间,开瑞微车河南大区河南新大陆特约服务站站内组织了“开瑞微车爱车养护课堂”,向用户介绍产品性能、夏季保养技巧、日常维护要点等,同时还在全国范围内开展了“服务下乡”活动,真诚服务用户,让更多的农村用户更方便、更快捷地享受免费检测。

上汽通用五菱 创造中国车企单月销量新纪录



据刚刚公布的月度汽车销量数据显示,我国微车行业领先企业上汽通用五菱5月销量突破10万辆,达到100258辆的历史新高,这是我国单一车企单月销量首次突破10万数量级,同时也成为通用在全球为数不多的亮点之一。

效率最高的“十万俱乐部”成员

据裕华江南负责人介绍,进入“十万俱乐部”对上汽通用五菱而言,并非一个意外的收获。今年以来,国家陆续出台征收燃油税、1.6L以下小排量车购置税减半等措施,刺激了小排量车市场的消费。汽车下乡有关政策又规定,农村用户购买微客也可以享受到10%的补贴。上汽通用五菱成为这一系列利好政策的最大受惠者。

“今年1到4月份,我们每个月环比增量均保持在5000辆左右,3月份环比增量甚至超过10000台。5月份各地陆续简化了农村用户申领补贴的程序,进一步刺激了市场需求。”上汽通用五菱销售公司总经理杨杰如是说。因此5月份销量突破10万辆,在杨杰看来是水到渠成。据介绍,截至5月份上汽通用五菱销量已超过44万台,完成了今年销售目标的62%。

“十万辆”并非空中楼阁

“单月完成产销10万辆,与我们在各方面的持续积累是分不开的。”杨杰告诉记者。他认为,销量的持续平稳增长是对一个企业在市场判断能力、资源调配能力、产品制造能力、供应商配套能力、经销商营销能力、包括物流能力的考验,哪一个环节有弱项,都无法实现这个纪录。

据了解,上汽通用五菱在柳州和青岛的

整车制造产能已经达到90万辆,发动机产能也达到70万台。广东最大的汽车销售集团、广物汽贸副总经理刘特文则表示,上汽通用五菱这几年牢牢占据第一的位置,与其质量一直比较稳定不无关系,“别的品牌要赶上来,月产能要从现有的1万辆提升至10万辆,这对质量监控体系是个很大的挑战。”

除了产能之外,上汽通用五菱在销售和服务网络方面也拥有了完整的体系,在地级市的网络覆盖率已达90%,县级平均覆盖率已经达到了30%。在研发领域上汽通用五菱也具备了相对独立的体系,五菱之光、五菱荣光、五菱鸿途等主力产品都是自主研发的产品。

通用中国总裁甘文维:五菱产品供不应求

中国汽车工程学会理事长张小虞表示,国家政策的倾斜,将刺激9亿人的农村市场启动规模性汽车消费,微型客车在今后几年都将呈快速增长态势。对上汽通用五菱而言这显然是个好消息。

“通用的破产重组只涉及到通用汽车公司在美国的运营,对通用在中国的业务并不受影响,这两个月上海通用的销量一直很高,上汽通用五菱的产品供不应求,这些都充分说明消费者对通用中国的信心是很足的。”通用中国总裁甘文维表示。

晚报记者 陈娟

酷熊车型定位影响购买人群 女人不能买酷熊吗? 不是



酷熊的硬朗风格和超前设计理念,受到了众多用户的喜爱和追捧,“纯爷们”就是大家冠以它的昵称,它一度被认为是“男性专属”。然而市场反馈的信息显示:在酷熊的车主中,女性占据了30%的比例。

记者采访一线4S店销售顾问时了解到,在实际销售中,购买酷熊的用户,与外界的认识有很大差别,女性购买或支持购买的大有人在,这些女性用户除了推崇酷熊的整体设计风格,更对酷熊空间、配置等全面、实用的功能性表现出了极大的喜爱。

“酷熊”的前卫外观,确保了女人期望高“回头率”的心理满足。长城将酷熊风格定位为“超主流”名副其实,它整体棱角分明、极具阳刚的车型气质,与市面上小车划清了界限,在国内市场上没有同类竞品,这也是酷熊迎来高“回头率”的最大保障。酷熊吸引眼球的能力,绝不会让它的女主人失望。

喜欢精打细算的女人当然会选择具有大空间的小车。长城酷熊的后备厢容积最小600L,超过了绝大多数中高级轿车的水平。而后排座椅靠背放倒后的容积,更是达到了惊人的2426升,相当于一些小型车容积的两倍。对于大包小包都喜欢带在身边的女性来说,这些空间绝对实用。无论是喜欢

交朋结友的人际型女人还是拉家带口的顾家型女人,宽阔的空间都可以保证她们“组团”外出的需要。“花小轿车的钱,买C级轿车的空间”,这么划算的买卖也是女性选择酷熊的关键理由。

酷熊的操控性绝对可以让女主人放心。它方向盘准确的指向性和清晰的路感加上支撑硬朗的悬挂系统,保证了无论是绕桩还是偶尔的急道,酷熊都可轻松应付。同时,酷熊搭载了和炫丽一样的1.5L GW4G15 VVT发动机,最大功率(105马力)77kW/6000rpm;最大扭矩138Nm/4200rpm,先进科技打造的动力,使酷熊完成了“强劲动力与低油耗”完美结合。

此外,酷熊的配置高档齐全,铝合金轮毂、倒车雷达、方向盘音响控制、四门电动车窗、电动后视镜、ABS+EBD、双气囊和后窗雨刮等安全、实用配置,都可在成为酷熊车主后一并拥有。

综上所述,酷熊吸引女性关注并不奇怪,分析原因是其超前独特的设计风格兼顾功能的完善,起到了作用。阳刚的车型加上娇柔的女性驾驶者这样刚柔相济的搭配,完全可以成为一道靓丽的风景,代表一种新的时尚潮流。

晚报记者 王美华