



中国车市60年品牌纪行

我们的目标就是超出客户期待

——东风乘用车公司副总经理李春荣专访

时间造就的品质

据东风乘用车公司副总经理李春荣介绍,作为与荣威550、奔腾B50共享“华系车三杰”盛誉的风神S30,尽管到今年7月底才正式上市,但凭借“高配实价”的口碑,上市不久即迅速在市场上赢得了满堂喝彩——上市近60天累计销售6000多辆,以“销售开门红”的业绩上演中级车英雄的市场传奇,而目前仍有6000余份订单在等待消化。提到这样的成绩,李春荣不无骄傲地说:“在所有的自主品牌中,我们的开局是最好的。”

在李春荣看来,这样的开局是必然的,因为用四年的时间开发一款车,这在全国范围内都是罕见的。李春荣说:“东风40多年的造车历史告诉我,造车不能靠大跃进,我们的车经过了312万公里的路试,并且事实告诉我,东风一年的时间无法开发出一款主流经典车型,造车不是一件容易的事。”也正是由于这样对客户负责的理念,才导致风神在筹划4年后才上市的事实;也正是由于这样的理念,才造就风神上市后似火的开局。

延伸风神产品线

7月22日,东风风神S30全国上市推出丝绸银、水墨灰、汉玉白、端砚黑、景泰蓝5种颜色。东风风神9月18日隆重推出的“双庆限量版”车身为“中国红”,经典、吉祥、喜庆、进取的“中国红”是国旗的颜色,是盛世中国周年庆典的主题色,也是东风风神VI的主题色。车尾“东风风神”、“S30”为金色字样,金色代表着共和国60年的荣耀、东风40年的光辉历程,同时也代表着东风风神S30“双庆限量版”车主尊显的身份。

本次车展的聚焦点是即将在全国上市的东风风神S30“双庆限量版”,它以NAVI型和尊

贵型MT为基础车型,在保持基础车型原有配置不变的基础上,特别赠送限量版红色车模并附精美限量证书,以及爱国者定制U盘,两款车型的价格保持不变,NAVI型9.98万元、尊贵型MT 8.38万元。

东风风神S30自上市以来,受到全国各地用户的热烈追捧,销售持续火热,自7月22日上市至今已销售超过6000多台。此次隆重推出“双庆限量版”,在为新中国成立60周年和东风汽车公司成立40周年“双庆”献礼的同时,也为回馈广大风神用户。

精确精益 持续共赢

在采访中,李春荣就销售网络的建立也谈了自己的看法。据悉,东风风神品牌现有54家一级网点、120家二级网点。4月底,有13家专营店建成,5月底,累计建成26家,6月增加11家,7月再增加5家。

李春荣说:“我们还将与我们的经销商分享‘精确精益、持续共赢’经营之道。与其他厂家的做法不一样,我们采用终端网络建设方式,这对经销商发展是有利的。一旦经销商在某一地区的业务达到我们的考核指标,只要经销商还想在当地继续投资,我们就允许其加开经销商。这种做法不仅可以省去寻找其他合作伙伴耗费的人力物力,还能减少我们和经销商在当地的各项投入。”

关于经销商的店面建设,李春荣也有自己的考虑。一方面,坚持前店后厂的格局;另一方面,坚持统一的形象设计,这一点东风参考了麦当劳

的做法。在店面设计上,融入了中国文化、东风文化元素,提供了标准化的方案。

李春荣对销售网络的建设更是作为重中之重:“首先,会对每一个经销商进行系统培训,包括文化、经营策略等。与此同时,还以运营手册来规范经销商的运营。再加上东风对于每一个专营店的各项考核指标。”

再者,东风的一些经销商已具备一定的经济实力,很多都已是经营较大规模的实体集团。他们之所以选择东风风神,不仅是对品牌的信任,也是对自己财富的负责。他们会尽力把店面建设好,把品牌建设好。而且我们的经营策略对经营者来说,也是一份事业,是自己的事业,更可以传给后代持续经营的事业。有这么多的优惠政策,我相信我们的经销商愿意也能够把中国文化和东风自主品牌的文化内涵贯彻到经营的各个方面中。这就是我提到的“精确精益、持续共赢”。

在采访结束的时候,李春荣副总经理说出了东风风神期望达成的目标:“我们所做的一切,都是为了这款车能够超出客户的期待。”



为了庆祝新中国成立60周年,今年9月18日,东风乘用车公司特推出风神S30“双庆限量版”,在第十二届成都国际汽车展览会上全国火热上市。

在展会上,东风风神参展主题是“从容进取,品质生活”。东风风神携7款、6种颜色的东风风神S30参展,以时尚、动感、大气外形和激情操控、舒心驾乘,展示“从容进取、快意人生”的产品主张,演绎“享受成都、驾驭未来”的主旋律。

晚报记者 陈栋



荣威550再获殊荣

9月,荣威凭借“尊荣体验”服务品牌不仅跻身权威汽车评级机构J.D.Power亚太公司发布2009年中国汽车售后服务满意度指数调研(CSI)第四名,更是以创纪录的最高分荣获2009年中国汽车销售满意度指数调研(SS1)冠军,实现了历史性的突破,这是对荣威550“全时数字轿车”准确的市场定位、出色的产品品质,以及完善的服务体系的最佳肯定。相信进入黄金十月,荣威550的销量会再创佳绩。

荣威“尊荣体验”服务品牌自发布起就不断在创造全国第一:全国首家对修补漆做出终身质保承诺的服务品牌,国内率先对客户作出维修进度时间以及维修质量的承诺,全国首家将汽车质量担保期提升为“3年或8万公里”,全国首家推出6:30-8:30档的早间预约接车服务。

陈栋

河南瑞华长城迷你SUV炫动上市

9月27日,河南瑞华推出长城迷你SUV,有小型轿车的时尚靓丽,也不失SUV的操控使用,别样的风格和功能的多元化,赋予了长城迷你SUV占领小车市场的魅力与实力,真实地演绎了小车的“个性、时尚、前卫”,也让人们再次看到了真正的个性化小车,长城迷你SUV成为小车市场的搅局者。

小排量轿车是国内最活跃的市场区间,市场比例占据乘用车市场的两成以上。然而,在这一品牌数量众多的车型区间里,细看各车型风格定位却有趋同之势,“精品、运动、个性、时尚”等共同概念,抹杀了本应丰富多彩的小车市场。长城迷你SUV的上市,丰富了这一产品线。

长城迷你目前预计价格在4万~6万元,这个价格与小型车主流价格范围吻合,在同一区间价格、功能优势突出。

李汪洋

售6.88万 力帆620精钻版成都车展上市



9月18日,力帆汽车旗舰产品力帆620精钻版车型在成都车展上正式上市,售价为6.88万。

近年来,随着人们对汽车生活品质要求的提高,以前只出现在豪华车型上的汽车天窗,正逐渐从“奢侈品”或“摆设”一跃成为“人性化”和“时尚”的汽车配置。

据介绍,力帆620精钻版配备的内藏式电动天窗,具备了防夹、记忆、自动关闭等功能,并且该款天窗融合了当今最先进的高科技技术,从先期的调研及最终全面的检测,各项性能均达到国内安全指标。

晚报记者 陈栋

动力与油耗的平衡

从产品参数上可以看到,精钻版车型延续了力帆620的精细工艺和强劲动力。“天窗式”车身造型,全车框一体式冲压成型,颇具运动、时尚感;2605mm的轴距在同级车中拥有宽敞的驾乘空间,加上新增加的天窗,进一步提升了驾乘人员的视野,带来了更加舒适的驾乘感受,显得更加宽敞大气。动力方面,该车型搭载的仍然是LF481Q3(1.6L)发动机,最大功率78千瓦,并且在3500转的时候就能够爆发出137牛米的峰值扭矩,动力性能非常突出。90Km/h的等速油耗仅为4.9L。

近期,中汽协公布的油耗榜单中,在自主品牌阵营“综合油耗”中,力帆620以7.5L/100km综合路况油耗在12款同排量车型中脱颖而出,名列第一位,可谓是兼顾了“高功率低油耗”的完美平衡。

配置超值

在配置上,力帆620配备了ABS+EBD、四轮碟刹、双安全气囊、LED高位刹车灯和电子防盗系统、儿童安全锁等装置,确保了在同级车中顶级安全水平,为驾乘者提供了全方位的可靠

保障。此外,力帆620还配备了高保真CD,MP3海量存储装置、6喇叭扬声器,确保在驾驶时又能尽享生活乐趣。力帆620精钻版豪华版在原有基础上增加了电动天窗、方向盘音响控制、发动机装饰盖、挡泥板等多个实用且豪华的配置,在同级车中显得十分“经典超值”。

力帆汽车负责人表示,作为力帆汽车旗下的旗舰车型,力帆620自上市以来,一直凭借其卓越的产品品质和超越同级车的性价比优势,为消费者送去优质的汽车生活,受到广大消费者的青睐。此次推出的力帆620精钻版,不但将提升汽车内部环境的舒适性,还将为驾乘者带来更惬意的驾乘享受。

据了解,精钻版是继6月份重庆车展期间推出CNG车型之后,力帆620又推出的第二款新车型。力帆620双燃料车型在重庆车展上宣布上市,不仅亮相就获得了现场订单过百,更荣获“最具人气经济型车”的称号。此次力帆620精钻版车型的推出,将进一步完善力帆620的产品体系,相信它也将成为力帆620提升市场销量、进一步拓展市场空间的利器。

BMW Club3 潮尚派对绿城上演

9月26日晚,一场由BMW授权经销商——河南中德宝倾情组织的潮流盛会——“炫动心擎”BMW Club3 潮尚派对,在中州皇冠假日酒店脸谱酒吧璀璨上演。

BMW Club3的主旨就是“让先锋者遇见先锋者”,活动主办方——BMW授权经销商河南中德宝总经理杨磊先生表示,“BMW Club3”,不仅为广大BMW 3系车主和宝马爱好者提供了一个极佳的交流平台,展现了BMW倡导人际交流和开放式的营销方式。

BMW 3系完美结合了卓越的驾驶性能与个性化的设计。作为宝马集团最成功的车型系列,BMW 3系以强劲的动力、优雅的设计、卓越的操控性能得到了全球超过1300万消费者的青睐。不断创新、挑战自我更是BMW 3系与生俱来的精神,正是这种精神使得BMW 3系能够一直保持在高档运动轿车中的领先地位。

李汪洋

探寻GOLF6完美制造之源

9月22日,酝酿已久的“高尔夫发现完美之旅”在德国沃尔夫斯堡正式启程。

沃尔夫斯堡这座只有12万人的小城镇,因作为大众汽车公司总部而闻名于世。这里,也是德国杰作高尔夫的诞生之地。

德国制造业的名声与它所制造出来的产品一样,以严谨的精神和对品质的完美追求为世人所瞩目,这一点在大众汽车传奇品牌高尔夫的身上,得到了最充分的体现。这不仅是以工程师文化为特征的大众汽车,对汽车技术和制造品质心无旁骛追求的写照,也是高尔夫品牌最好的价值体现。

1974年,第一辆高尔夫在此诞生,35年后,拥有全球2600万用户的高尔夫不仅迎来了它的第六次升级换代,而且将在另一个遥远的东方国度获得如出一辙的新生,并继续书写辉煌。

陈栋