



斯柯达提前完成2009年销售目标

11月11日,上海大众斯柯达品牌2009年累计直销已达10万辆,提前完成了2009年全年销售目标。其中,1~10月,斯柯达品牌整体销量达95677辆,同比增长达92.8%,大大超过乘用车市场的平均增幅,居合资品牌增幅第二位。从产品布局来看,随着今年8月旗舰车型Superb昊锐的推出,上海大众斯柯达不仅实现了“三年三款战略车型”的承诺。

屈彦飞

柳汽乘龙609汽车性能指标超前

近日,东风柳汽在中卡领域的全新力作乘龙609在广西南宁第六届中国-东盟博览会上高调亮相。据悉,乘龙609的平台虽属中轻卡系列,但却采用了许多高端重卡的技术,尤其是柳汽欧洲级重卡霸龙507的技术,使得乘龙609未来有望成为国产中卡的安全标杆。

刘瑞红

新乐驰荣膺2009年度十佳发动机

日前,第四届“中国心”2009年度十佳发动机评选结果揭晓,新乐驰搭载的P-TEC发动机凭借出众的性能优势从众多对手中脱颖而出,与第6代高尔夫、科鲁兹、雅力士等车型同台辉映。这是继2008年B系列发动机获选“十佳”后,上汽通用五菱发动机再次成功跻身“十佳”行列。新乐驰P-TEC发动机是基于通用发动机技术,专为微型轿车量身打造的新一代全球战略发动机,具有国际品质。

刘瑞红

森雅M80摘取SMPV桂冠

近日,在中国汽车报举办的“2009年度消费车型盛典”评选活动中,森雅M80力挫群雄赢得“2009年度最佳SMPV奖”称号。中国汽车报专家评审团认为,森雅M80保持了大发森雅在技术上的优势,拥有卓越性能,超大空间,同时在承载性、通过性、安全性方面具有示范意义,树立了SMPV领域的性价比标杆。据悉,森雅M80上市后即受到了消费者热捧,市场表现强劲,仅仅两个月的时间,全国市场订单已经超过7000辆。

刘瑞红

佳宝V70巨额回馈老用户

一汽集团换代微车“佳宝V70”自上个月上市以来,凭借创新的品质和不俗的表现,深受消费者喜爱。目前从各个经销商反馈的信息显示,佳宝V70订单火爆,供不应求。为了感谢佳宝老用户一直以来对佳宝的支持和关注,近日,一汽吉林汽车首开行业先河,决定对52名老用户进行倾情回馈,凡购买新品佳宝V70的老用户享受1888元优惠,而其中四位典型老用户将享受5000元的巨额优惠。

刘瑞红

天津一汽夏利N5上市

继11月19日天津一汽第200万辆暨夏利N5轿车下线、上市发布会在天津圆满举行后,11月21日,这款被天津一汽寄予厚望的全新车型在河南省郑州市河南天一汽车销售服务有限公司上市。据悉,夏利N5欧式风格的全新造型,高规格的内饰设计以及搭载VCT-i技术的发动机,构成了夏利N5的核心卖点。特别是由一汽集团自主研发的具有VCT-i技术的发动机,具备高功率、大扭矩的特性,节能环保,是1.3升发动机的新标杆,价格为4.39万~4.99万元。

卢望春

河南宇缘举行F6试乘试驾会

11月21~22日河南宇缘比亚迪F6试驾会在宇缘4S店隆重拉开了帷幕。据悉,F6是比亚迪的主流推荐车型,作为“中国人最便宜、最省油的商务车”,具有外观时尚、大气、动感,极度符合中国人的审美观,内饰精美而且舒适,动力强劲并且超级省油等明显优点,只需不到10万元即可得到B级车的高端享受。

卢望春

激情试驾奥迪驭览全新科技

11月21日~22日,“激情进取 驭览全局”一汽-大众奥迪10年型新品深度试驾会在洛阳隆重举行。其中新奥迪A4L 10年型、新奥迪A6L 10年型卓越的动力性、节能性与齐全的人性化装备,新奥迪Q7的澎湃动力和非凡越野性能,全方位诠释了奥迪“进取 尊贵 动感”的品牌理念,带给试驾嘉宾非一般的驾乘感受。

卢望春

金九银十销量破2万辆

——走访PASSAT热销前沿



今年5月刚上市的PASSAT新领驭以更新尚现代的造型、更丰富的配置和对中国市场更精准的把握,为整个PASSAT品牌注入了新鲜的血液,随着新领驭销量的持续升温,上海大众PASSAT品牌在“金九银十”迎来了大丰收,两个月销量累计突破2万辆,成为带动B级车市全面复苏的重要力量。在新能源车上市、厂家纷纷大力促销的9、10月,新领驭如何在激烈的竞争中脱颖而出、持续热销?记者日前走访了上海大众4S店,探寻一线声音。

晚报记者 陈娟

51辆,而国庆长假里看车、购车的人更是火爆,黄金周就卖出了15辆!”

十年口碑 赢得消费信心

成功的营销举措能在短时间内有效地拉动新领驭的市场表现,进一步强化品牌的竞争优势,但最有说服力、最具影响力的因素还是PASSAT系列车型长期良好的口碑。到今年,帕萨特品牌已在中国走过10年的历程,在中国轿车史上书写了一段传奇,是业界公认的中国最成功的车型之一。

郑州郑汴路的某4S店里,一位中年车主笑着对记者说:“我今天是陪侄子来买车的,因为自己开了几年的领驭,觉得操控、动力、安全等方面确实都很不错,才会嘴快了,一直向看车的人和亲戚推荐新领驭。”不少销售员都表示,“车主们说一句话,比我们说十句还有说服力。”通过对几十位车主的采访,记者发现,近20%的车主是上海大众的老用户。

超强性价比 成就价值典范

在花园路郑州新兴4S店,有两位一起来的年轻男士每人都定了新领驭。其中的一位陈先生说:“我们早就相中新领驭了,比较了几轮,这款车在B级车里算性价比非常高的,而据开过新领驭的朋友说,这车后期投入少,升级换代后油耗比日系车还低,刚好碰上做活动就赶快下手,早买早享受。”

新领驭是上海大众2009年的革新力作,保持了PASSAT品牌经典品质,而其16.98万元的起步价格要比性能相当的日系车低一至两万元,后期保养成本也令用户非常满意。

郑州城东南路4S店一位从业近十年的销售经理说:“新领驭能让顾客做下最后决定,都是看中了PASSAT十年来在中国一贯的良好口碑,看中了新领驭的高性价比,当然,上海大众所拥有的国内最广泛的销售维修点,为新领驭能取得不俗业绩立下了汗马功劳。”

哈弗以欧盟认证“反哺”国内市场

10月,哈弗继续保持大幅增长,单月销量接近6000台。作为国内单品SUV的销量冠军,上市已经5年的哈弗,究竟靠什么吸引用户持续关注?这个被不断翻新的老话题,再次引起人们的兴趣。

“品质!这是持续热销或者长期得到用户认可的根本,在燃油经济性、操控驾驭等方面,哈弗始终进行着提升和改进,通过欧盟认证就是例证。”长城市场部认为哈弗的热销,“过硬品质”是关键,最近哈弗通过欧盟认证,正是验证哈弗品质的最好证明。

记者在长城4S店采访了解到:除了品牌影响力和市场口碑,品质是用户选车不容忽视的考虑因素,此次哈弗通过欧盟认证,更加坚定了用户的购买信心。从事IT销售工作的刘先生,刚买了一辆哈弗H3。他认为,哈弗品质经得起欧盟标准的衡量,可以看出它的品质与国际同步。

据了解,欧盟整车型式认证代表着世界汽车认证的最高权威,历来被国内汽车视为验证实力的标尺。哈弗率先通过认证,证明了其品

质达到国际水平,也验证了哈弗在同类型车型中的领先地位,同时也巩固了国内用户对它的认同和追捧。

作为国际上最知名的“中国制造”SUV,它不仅受到国内用户的追捧和喜爱,成为SUV单品牌销量冠军;而且,还得到了俄罗斯、意大利等其他国家用户的认可,一些在华生活的外国朋友也锁定哈弗,催生了著名的“黑牌哈弗”现象,这些足以说明哈弗的巨大影响。

专家分析,我国汽车产业属于新兴板块,无论研发、制造、工艺,还是市场口碑、品牌影响,与欧盟都有一定差距。中国汽车如果想“走出去”,就必须要求国产车,在品质上达到汽车发达国家标准。哈弗正是凭借国际水平的品质,“走到”中国之外的100多个国



家和地区。通过欧盟认证,是国际一流市场对哈弗品质认同的总结,也是哈弗坚持品质道路的宣告和展示,可以让用户清楚了解哈弗品质。

在国际大品牌都在窥视中国市场的同时,作为本土的中国品牌哈弗,在确立国内市场地位后,借助国际一流市场验证,积极开拓国际市场,同时兼顾反哺国内,以实现“用品质支撑市场”的最大效果。

晚报记者 陈娟

江淮鹰联盟打造汽车文化“套餐”

文化与产品共进,丰富用户车生活

随着众多用户对车辆改造的需求不断增加,江淮适时推出了瑞鹰都市版车型,售价仅为95800元,价格非常具有“杀伤力”,而其最大的亮点是留有很大的改装空间以及极高的性价比。在不断满足用户多样化需求的同时,江淮瑞鹰系列已经形成了2.4L四驱、2.4L两驱、2.0L两驱、1.9T柴油、2.0L都市版五款车型的谱系。并因为各具特点,使得瑞鹰系列产品更具竞争力。

不仅在产品上江淮不断提升产品竞争力,在服务方面同样以用户需求及用户体验价值为核心。2007年11月19日,江淮乘用车启动“鹰联盟”计划——组建全国范围车友会组织。这为全国所有瑞鹰车主打造了一个交流互动的“快乐之家”。

推公益服务平台,加强互动与交流

鹰联盟的成立是在“一家亲”服务的标准上增加的更加人性化、公益化、时尚化的服务板块。这种服务方式超越了所有汽车厂家仅仅以车辆服务为主的服务领域,将更多的精力放在如何使车主在人性层面上完善自己社会角色的突破。2008年4月,江淮瑞鹰参加了“拯救南岭——2008自驾车丹霞山植树公益行”活动。江淮瑞鹰的工作人员和众多车主、准车主们一起

驾驶瑞鹰车跋山涉水,在丹霞山多个植被遭雪灾严重破坏的地段种植树苗,旨在通过植树造林改善自然环境。2009年罕见的南方雪灾中,江淮不仅在南方灾区出力救援,大量江淮生产的瑞鹰SUV加入到合肥的交警大队,开展了“雪地特快——救助同城人”的活动。为了尽快恢复被雪灾破坏的自然环境,江淮发起了“拯救南岭”大型公益活动。瑞鹰车队穿越可可西里,在西藏对当地小学进行了捐助。2009年云南救助患病儿童,在浙江支援贫困学生……

销量口碑双丰收,展示主人翁精神

作为一个民族汽车企业,江淮汽车一直以积极承担企业社会责任、热衷公益活动为处世准则。同时,一贯坚持自主创新、用过硬的产品品质赢得用户的信任,社会的认可。2008年,瑞鹰SUV增长率高达28.5%,成为仅次于C-RV增长率第二的车型。凭借优秀的产品质量,瑞鹰在SUV市场中获得广泛口碑。今年,瑞鹰更以稳步的持续性增长,在细分行业市场中表现突出。今年1~9月,江淮乘用车累计销量近10万辆,瑞鹰、瑞风、同悦、宾悦都取得一系列骄人成绩。今年10月,甲型H1N1流感在全世界暴发,江淮汽车与山西省卫生厅紧密携手,150台祥和疫苗车将为防治甲流开赴征途。

晚报记者 王美华 李汪洋



构建具有中国特色的汽车文化,不仅能企业品牌更好的树立形象,同时也将赋予汽车行业更多可持续发展的动力。纵观近年的自主品牌建设,江淮汽车在汽车文化及品牌服务上无疑开创了一条可供借鉴的道路。