



玩改装 享生活

——车主的爱车改装故事

追求个性,享受改装乐趣,是改装族的共同想法。上周,记者在改装店里发现了不少有趣的故事,从这些故事中,我们不难感受到改装热的逐渐升温。

晚报记者 王美华

挑个大包围,花了一天时间

给爱车加装个大包围,别人只用一天时间,而小冯却用了比别人多一倍的时间。说到这么费劲,小冯自己也没有想到,因为仅仅挑选一个自己喜欢的大包围,就足足花了他一天的时间,装装又得一天。

小冯是自由职业者,爱车是一辆大红色的马6,开了一年多时间。“其实我也不是很狂热的改装族,车子是用来代步的,加个大包围只是想个性化一点,马路上的马6太多了。”小冯说话很坦率,“年轻人就要有点张扬,有点个性。”

没了顾虑,下了决心,但他却没想到挑个大包围会花这么长时间。原来,马6是比较适合改装的一款车型,单是一个大包围,就有十几种款式和材质,这大半天的时间,小冯愣是对着图册上的十几张样本照片翻来倒去,挑花了眼。看看样式,摸摸材质,问问价格,几个小时就这么过了。最后还是在销售人员的建议下,选了一款小冯自认为性价比不错的大包围。

点评:初级改装消费者,一般都从车辆的外观改装开始,而外观改装,很多都会选择加装大包围。新规定实施后,对车辆外观的改装有所放宽,这吸引了不少原本有改装意向的有车族,加大包围成了他们改装爱车的第一步。

做个“小手术”要花9万元

华先生拥有一辆宝马325,前不久,他把爱

车送进了改装店,因为他想让爱车更上一个档次,改装成宝马M3。“我对M3很有好感,之前买车的时候,M3在国内很少能买到,所以买了325,现在就想把它改成M3的样子。”

华先生要给爱车做的手术不算大,目前只要求加装M3的包围、更换成M3排气管和轮圈,但即使这些,也要花掉大约9万元,而且这些更换的部件还没有现成的,需要通过国内的经销商从国外预订,时间大概需要一个半月左右。

对于这笔费用和等待的时间,华先生觉得很值得。“现在只是外观上的改动,先从相貌上靠拢,之后等到条件允许、政策许可,还可以在动力、操控方面更改,或许真到改得和M3差不多,我才会歇手。”

点评:现在的改装市场已经和过去完全不同,随着改装的不断升温,各种高档车型越来越多地光顾汽车改装店,像宝马、雷克萨斯、奥迪等。这些高档车车主都想把爱车提升一下档次,让爱车更显个性。

一个月三次光顾改装店

短短一个月时间,在一家IT公司上班的小陆连着三个周六都来光顾改装店,当然他是带着爱车一起来的,每次回去,爱车都会有所变化。

小陆的爱车是一辆蓝色的两厢飞度,之前开了两年多的时间。飞度这个车型在改装店并不少见,小陆也是在朋友的建议下尝试改装自己的爱车。



第一次到改装店,小陆为爱车更换了一套踏板,因为有改装经验的朋友说,换金属踏板,脚底不会打滑,开车更安全。除此之外,他还给爱车装上了一套底盘灯,这纯粹是为了好看,为了炫。这次他一共花了1500元左右。

之后的一个星期内,小陆对第一次的改装十分满意,尤其是底盘灯,几乎每天晚上都会出去转转,也吸引了不少目光。正是这良好的感觉,让他第二次走进改装店。

第二个周六,他为爱车加装了一套车身强化件,用来加固车身,提高爱车的操控性,这次他又花了2000元。

第三个周六,小陆已经和改装店的老板很熟,也认识了一些热衷改装的朋友,这次他又订了一套避震,还换了四个轮圈,价格上万。

“每次改装后,我都会感受到改装带来的不同感觉,这种感觉很特别,因为每次都不一样,都很新鲜。”小陆说。

点评:像小陆这样体验改装的车主并不少,一辆车子开得时间长了,就像衣服旧了,失去了新鲜感,而改装,哪怕是一点很小的改变,都会给车子注入新的活力,也给车主带来新的乐趣。希望将爱车改装成国外限量版车型那样,改装的材料同样需要从国外进口,价格同样不菲。

你的用车费用是多少? 大家共分享!

有车的人凑在一起探讨最多的话题就是:“你这车几个油?”“保养贵吗?”可见在经济危机影响下的今天,除了油耗,保养成本越来越受到人们的关注,人们也越来越理性。买车只不过是万里长征第一步,养车才是关键。便宜也要好养活才是真正的性价比。

《第一汽车》诚征各种车型的用车费用,听听车主的真实声音,看看大家关注的车到底好不好养,也方便准车主在购车时作个参考。稿子一经采用,均有精美礼品赠送。

咨询电话:67655767

邮箱:zzwbqcb@126.com

“东风日产速度”领跑市场

河南威佳蝉联“东风日产2009年度全国销售冠军暨钻石级专营店”

东风日产速度,令业界惊叹

自2003年公司建立之初到如今东风日产一路凯歌,销量由2004年的6万多辆增长到现在的“50万辆”,以三倍于行业的增速发展成为了行业标杆。“东风日产速度”令业界惊叹。

尤其是在去年的国内车市,在行业市场低迷的环境下,各厂商纷纷选择了下调销量,东风日产将全年销售目标定在了38.8万辆,在全年没有全新车型引进的情况下,仍然全线产品供不应求,旗下从8万元到30万元的4款车型的月销量全都进入了“万辆俱乐部”,实现了52%的惊人增幅。不仅三个季度就顺利完成了全年38.8万辆的年销售目标,而且在12月中旬就实现年销售50万辆的销量挑战目标。

同样,作为东风日产授权经销商,河南威佳集团自2003年开设第一家专营店——郑州威佳专营店到如今,旗下东风日产专营店已达16家,几乎遍布全省,威佳集团在发展之余,不忘回报广大车主的支持与厚爱,其完善的网络,推出了全省免费救援,one to one个性化服务,凭借保险管家、二手车置换等多项行业首创的服务项目,贴心地保障了车主的用车安

全。其发展速度与优异的市场表现,不仅让东风日产厂家为之惊呼,而且更已成为中原车界的领袖企业之一。

全系车型,齐头并进

2009年,东风日产依靠“高端领军、中部崛起、小车爆发”的全线红产品矩阵,在高速稳健发展中,为主流车企树立了“均衡制胜”榜样。特别是“金砖四车”新天籁、新轩逸、骊威、TIIDA,更成为各细分市场王牌车型,长期处于供不应求的热销状态。而奇骏、逍客的销量也开始逐步走高。全系车型几乎都是齐头并进。

新轩逸的成功,基于技术性能上的先天优势和精准的市场定位,“全尺寸旗舰家轿”的产品定位和“款待家人”的品牌主张得到了市场认可,在动力性能、燃油性和舒适性方面,远远超越A+级车标准。目前新轩逸一直供不应求,仍以订单销售为主,郑州威佳、郑州威达专营店订单已排至明年。

作为锁定家庭用户的成熟车型,TIIDA有着高度保值优势。由于拥有货真价实的高性能和实用配置,该车型价值受使用年限和市场

波动影响小。TIIDA在今年7月份成功跨越50万台大关;在CTCC赛场上,TIIDA曾两度加冕车队、车手“双冠王”。而骊威更是保持了小车市场“15连冠”的辉煌战绩,这款全时多能的经典两厢车依靠高性价比赢得市场。

服务“播种”,深耕品牌力

一直以来,东风日产在销售服务上面都投入了巨大心力,2009年火爆的市场表现与高水准售后服务密切相关。东风日产坚持日产NSSW全球标杆销售服务,令消费者从进入专营店开始,一直到车辆交付,9个环节都可享受到无微不至的全程周到服务。在售后服务方面,东风日产坚持每个用户都能够得到质量安心、费用安心、修后安心、时间安心、紧急时安心的“五个安心”售后服务。在保险管家、二手车置换、金融服务等方面,东风日产也都走在了行业前列。

郑州威佳专营店一直紧跟东风日产厂家脚步,在为消费者提供优质服务这一点上向来不遗余力。正是为了使用户真正感受到“五个安心”的服务理念,东风日产郑州威佳专营店对部门经理级以上人员和技能人员都进行了科学系统的业务培训。今年更基于对车主的感恩和对自身产品负责的态度,展开了“感心公路”、“您的爱车SPA了吗”等系列主题活动,为消费者提供更多高质量的服务,以保证消费者能够“舒心驾乘”。

此外,在新的一年里,为回报广大消费者的支持与厚爱,河南威佳集团正积极协调,从厂家争取尽可能多的现车资源,力争大部分订单客户能够在年前交车。值此岁末之际,郑州威佳专营店还特别针对1.6排量车型轩逸、骊达、颐达、骊威等经典家用车型推出了一款贺岁版车型,可享受2.5%的购置税差额补贴,以回馈广大客户的支持与厚爱。

2009年对东风日产来说是无比辉煌的一年,前三季度就完成了年初制定的38.8万台销售计划,最终整个年度更以接近52万辆的惊人业绩完美谢幕,也因此勇夺“2009年度风云汽车企业”这一荣誉奖项。

作为东风日产在河南最大的授权经销商,河南威佳集团则跟随东风日产步伐也实现了35%增长,全年东风日产销量突破2.5万台。河南威佳集团旗下的郑州威佳专营店在连续四年蝉联“东风日产全国销售冠军”之后,2009年整车销量再创历史佳绩,全年销量一举突破5700台,再度蝉联“东风日产2009年度全国销售冠军暨钻石级专营店”。

晚报记者 陈娴 卢肇春

