



专访

制造喜悦的汽车生活

访一汽丰田河南区协力会会长、郑州富达丰田总经理朱丽娜

新车缘何能热销？什么是成功的营销？面对目前淡季的市场和下半年更为残酷的竞争，新车之争、营销之战必然更加激烈和精彩。一汽丰田河南区协力会会长、郑州富达丰田总经理朱丽娜女士日前接受本报记者采访时，就上述问题分享了自己的心得体会。

记者：上半年车市整体如何？一汽丰田表现怎样？

朱丽娜：今年上半年，车市整体继续高速增长，虽然6月~7月增速有所减缓，但依然保持了稳定的销售势头。今年1~6月，一汽丰田累计销量达到23.8万辆，同比增长44%。其中，COROLLA系列销量超过11万辆，RAV4销量达4.7万辆，其他车型均表现出良好的销售势头。

记者：作为一汽丰田的主力车型，花冠热销的原因是什么？

朱丽娜：COROLLA自1966年问世以来，截至2009年12月，全球累计销量已超过3600万辆。在中国市场，COROLLA卡罗拉和COROLLA EX花冠携手在2008年以21.7万辆

的佳绩获得小型高端车的市场冠军，截至2010年6月，COROLLA系列在中国累计销量已逾86.5万辆。我认为，高性价比、全面综合能力是花冠热销的关键。

7月13日，一汽丰田全力推出外观、内饰均有提升的新COROLLA EX花冠，正式拉开2010年下半年的序幕。新花冠以简约优雅的外观设计、宽敞舒适的驾乘空间、灵敏敏捷的操控体验、高能低耗的动力系统、贴心周全的安全保护，在外观、内饰、安全性配置等方面均有显著提升，体现了一贯的高水准。

记者：如何面对下半年的更为残酷的竞争？

朱丽娜：由于库存和全年任务存在双重压力，下半年竞争必然加剧。汽车厂家需要重拳出击，冲刺全年目标。

6月22日，一汽丰田全新PRADO普拉多震撼上市，以“越野及舒适”为开发理念的全新PRADO普拉多，一经上市便深受消费者的喜爱，截至8月底，整个河南区订单量已超300辆。下半年，一汽丰田还将推出一系列大动作，新威驰、新款锐志、新卡罗拉都将相继上市，这

将带动一汽丰田冲击年度48.5万辆的销售目标。

记者：如何制定受消费者认可的营销策略？

朱丽娜：只有站在消费者角度考虑问题，才能推出受欢迎的营销活动。我们下半年将围绕“让更多消费者感受到喜悦的汽车生活理念”主题推出一系列的活动。

即日起至9月30日在全国开展“安心A++”活动，期间购车即可享受3年10万公里延长保修和各项免费检查、以及“服务体验营”等活动。7月15日~9月30日举行“购车赢大礼，万人日本游”活动、7月3日~9月30日，举办卡罗拉“零负担”购车盛惠活动、8月1日~9月30日期间购买新皇冠，还可享受“运动精品套装”半价优惠的活动……另外一汽丰田一直在支持“希望小学”、“爱心图书馆”、灾区捐资等多种公益事业。下半年一汽丰田目标明确，重拳出击，一系列重要举措的推出，不仅彰显其“客户第一”的企业理念和回馈消费者的诚意，更展现了一汽丰田对未来充满自信。

晚报记者 陈娟 屈彦飞

郑州聚龙全新国际标准店开业

7月28日，上海大众郑州聚龙实业发展有限公司全新国际标准4S店盛大开业。此次国际标准4S店总投资1000余万元，是按照德国大众的最高规格建设，集整车销售、装饰配件、保险上牌、二手车置换、维修服务一体化的上海大众汽车销售维修服务中心。 陈仪

富达诚开展“零利润秒杀”活动

广汽丰田富达航海路店炎炎夏日特推“八月献礼 惠享暑假”狂热购车季活动，来店赏车、试驾、置换、老客户推荐均有好礼相送，购车还可参加“幸运乐翻天”翻牌礼活动！8月7日周六上午9:30广汽丰田富达航海路店全系“0利润秒杀”活动诚邀您的参加。 卢望春

乐驰淡季促销折扣最高6000元

从郑州豫丰宏业店获悉，随着国家“节能产品惠民工程”第一批节能汽车目录公布，高性能微轿乐驰在执行节能补贴政策的同时，又在全国推出“乐驰特惠礼 惊喜乐不停”大型主题促销活动，购买搭载P-TEC1.0L、1.2L发动机的两款乐驰节能车型，每台将获得节能汽车定额补助3000元、最高6000元的购车折扣；更有特价车型3.68万元起售。 卢望春

圣达菲C9节能环保身手不凡

近日，一场以圣达菲上市新品C9柴油2.0T及0.8L排量的A00级小车为主角的，越野车挑战微车油耗PK大赛在河南汽车贸易中心河南福华旗舰店上演。而这场级别悬殊巨大、更像是轻量级选手对垒重量级选手的比赛，最终在均未开启空调的情况下，圣达菲C9柴油2.0T以百公里2.9升的油耗成绩战胜微车百公里4.05升的油耗，令现场观众大呼过瘾。 卢望春

长城汽车启动分网 三大品类全面招商

近日，从长城汽车传来消息：为实现长城汽车轿车、SUV、皮卡三大品类全面增长，年销40万辆的目标，长城即将规划现有销售网络，分为C1、C2、C3三套网络，对现有条件成熟的城市经销网点进行规划布局，同时由于产销规模“大”进行全面招商。

按照长城汽车最新制定的分网方案，分网初期将规划三条销售网络，分别为SUV品牌哈弗的销售网络、轿车品牌腾翼的销售网络以及一条囊括皮卡、SUV、轿车的综合网络，之所以建立一条综合销售网络，据长城汽车招商部门透露：是出于均衡经销商利益分配考虑。综合网络体现了长城汽车的招商原则，既照顾了长城市场分线、专业化经营的方向，也照顾了长城经销商的利益，保障每个网络产品丰富，让每个经销商有车可卖，有钱可赚。

长城汽车表示，长城汽车销售网络虽然稳步增长，但由于长城汽车在业内具有独特的优势，产品系列中三大品类均具有市场领先地位，正处于高速增长期，三大汽车品类需要独立形象，独立店面已经是势在必行，需要启动更新的品牌战略。繁荣的市场和后续充分的产品储备需要专业化、精细化的市场经营，终端消费者需要更便捷、更专业、高质量的服务；长城汽车网络建设不会盲目扩张，当前网络建设目标的推出是基于品牌发展及多款新产品推出的基础上，在确保现有经销商盈利、新经销商有足够畅销产品的基础上，完善网络布局。 李汪洋



宝马高层领导为新基地剪彩

近日，宝马公司位于成都的宝马培训基地正式启用，同时宝马西区办公室也正式宣布成立。这些举措再次显示了宝马公司对西部市场的信心，并积极和稳步推进西部市场战略的长期规划。

华晨宝马汽车有限公司销售副总裁段建军先生在仪式上表示：“宝马公司非常重视人员培训。经过系统培训和认证的专业服务团队是宝马保持长期成功和领先的重要因素。目前西区是宝马在中国增长最快的市场，而宝马成都培训基地的建立将进一步增强宝马西区经销商的人才优势，全面提升客户满意度。依靠西区稳健的经销商网络和宝马西区市场战略的成功实施，我们对西区未来能取得更大

积极推进西部市场战略

宝马成都培训基地正式启用

的成功充满信心！”

宝马成都培训基地作为宝马中国培训架构的重要组成部分，除了为宝马西区经销商员工提供技术、售后服务以及销售、市场等方面的基础培训，支持宝马经销商和员工的资质认证之外，还通过“宝马学徒工项目”等满足宝马经销商人力资源需求，帮助职业院校学员创造职业发展并就业的机会，并利用宝马的先进技术及培训理念为汽车工业培养高素质人才。目前，宝马在中国已经形成了一个拥有北京、上海两大培训中心，成都、广州、南京以及沈阳四大培训基地的完整培训网络。

此次宝马培训基地落户成都，以及宝马西区办公室在成都的成立，对宝马长期成功地贯彻西部市场战略具有重要意义。宝马在中国一直保持着快速而稳健的发展。2010年前6个月，宝马在中国大陆地区的销量已经超过了7.5万辆，比去年同期增长了100%还多。目前，西

区是宝马在中国增长最快的区域市场。2010年前5个月，整个西区豪华车市场的增长率达到65%，而宝马在西区的增长率同样超过100%。为了满足该区域快速的市场增长和多样化的客户需求，宝马已在西部十个省、自治区和直辖市建立了20余家授权经销商和网点。今年年底，宝马的销售和服务网络还将覆盖并深入到更多的西线城市。

作为汽车市场的领导品牌，宝马同样注重社会责任和公益事业。而西部地区也是宝马开展爱心活动最多的一个区域，涉及灾区重建、教育和文化等多个项目。例如今年年初，宝马爱心基金教师奖励项目为500名来自甘、陕、川三地欠发达地区的优秀教师带去了专业的“爱心教育”培训。从今年四月开始，宝马爱心基金又携同知名教育专家、经销商代表和爱心志愿者前往甘、陕、川三地，协助当地教师开展了不同主题的爱心教育实践活动，受到师生们的热烈反响和欢迎。 李汪洋

斯巴鲁森林人 购车送导航

近日，中冀斯巴鲁为庆祝斯巴鲁汽车全国销量突破十万台，中冀斯巴鲁累计售车突破7万台。自2010年8月1日起至2011年1月31日，中冀斯巴鲁郑州裕华江南4S店特举办“森林人送导航”活动，凡购买森林人2.0XS豪华版、2.0XS运动版、2.5XS豪华版、2.5T豪华版车型，即可免费获赠数字高清DVD导航，同时原车6碟CD随车赠送，更多选择，更多实惠。在热销的几款SUV车型中不仅不加价反而优惠

促销，真是千载难逢的好机会。

中冀斯巴鲁一直以贴近客户所需的服务举措来真诚回报广大消费者的支持与厚爱，其中包括在前不久大幅下调多种零部件的价格，平均降幅在20%左右，其中钣金类零部件降价幅度突出，最高达40%，这一举措大大降低车主养护车辆的成本。

此次“购买森林人即送DVD导航”活动是中冀斯巴鲁真情回馈广大消费者的又一重大举

措。森林人是斯巴鲁车系中最为畅销的车型，自2004年进入中国市场以来，市场需求快速增长，一度一车难求，2009年高居中国进口SUV销量排行榜第一名，取得如此骄人的业绩，独特核心技术造就的优异性能、以及良好的性价比是森林人取胜之本。

此次“购买森林人即送DVD导航”的优惠促销活动，将更多的实惠带给广大消费者，是准备购买SUV车型的绝佳机会。 李汪洋

让利8000元 金牌皮卡启动夏季“惠”演

近日，从长城汽车传来消息，风骏皮卡发动了“夏季攻势”，7月21日至8月31日风骏皮卡最高优惠8000元，此次优惠涉及到了风骏3、风骏5，柴油、汽油，大双、小双等众多车型，堪称风骏皮卡的夏季大“惠”演。

据风骏皮卡品牌负责人介绍，本次风骏皮卡优惠幅度超越以往，特别是搭载4G69发动机的风骏5大双皮卡，其在价格优惠7000元的基础上，赠送价值1000元的货厢套，相当于8000元的优惠。此外，搭载三菱4G69汽油机的标准双排风骏5，优惠6000元；搭载与德国博世共同开发的TC柴油机的风骏5，优惠3000元；搭载三菱4G69汽油机的风骏3，优惠3000元。

值得注意的是，本次优惠后，众多8万元风骏高端皮卡价格下探至7万元区间，优惠期间，

风骏3与风骏5同类车型相差1000元，风骏系列6.28万元起，消费者6万元就可以拥有高端皮卡。

风骏皮卡采用独有的螺旋簧轿车前悬设计、5.06米的超长车身和1.68米的最长货箱，变截面梯形车架，加宽加厚设计，承载量更大，独有的3年或6万公里超长保修，得到了国内外众多消费者的广泛认可。风骏皮卡搭载的三菱4G69汽油机，是三菱公司的主力产品，提速快，承载量大，满足欧IV排放，百公里油耗仅7.06升，同时还装配发动机电子防盗系统，安全性大大提高。TC发动机有“智能节油王”（INTEC）之称，是长城汽车与德国博世联合开发的第一款电控高压共轨发动机，并在国内首家用于皮卡车型。电控ECU、高压油泵等均是德国博世

原装件，工信部公布的油耗中，TC风骏皮卡就比同类型油耗低将近1升。近期，搭载此发动机的风骏皮卡在“挑战1升油——极限节油赛”活动中，1升油跑出32.5公里的成绩，以此计算，排量2.8L的风骏皮卡百公里油耗仅为

3L，被誉为最省油的高端皮卡。

据此前半年皮卡车市统计，风骏以48556台的销量再次毫无悬念摘取半年冠军。业界分析认为，此次优惠是风骏皮卡对车市的乘胜追击，使风骏有望冲击全年销量新的纪录。 陈娟

