

新店开业 技能大赛 降价风暴 越野角逐……天冷市场并不冷 车商齐唱“活得精彩”

在放弃了“金九银十”之后,“11的冲量”成为各大车商们今年最后的一棵救命稻草。为了能够完成全年任务,吸引消费者的注意力,市内众多的汽车经销商纷纷地推出各种促销活动和文化宣传活动,精彩纷呈,各有千秋。

晚报记者 谢宽



昌河销售服务技能大赛的选手们活力四射

开业“唱”

东风裕隆河南荣天汽车生活馆开创全新体验

11月11日,东风裕隆纳智捷旗下的河南首家A级旗舰店——河南荣天汽车生活馆开业。东风裕隆汽车有限公司执行副总经理陈力出席了当天的活动。

河南荣天汽车生活馆是完全秉承品牌所倡导的创新型“导购式”汽车销售理念建设而成。它以“科技博览馆”的互动理念为灵感而设计,融“多媒体软件技术”的产品介绍、特制的产品体验式销售流程、酒店式的硬件设施和贵宾式尊崇服务四位一体,创造汽车销售服务行业全新的“体验式销售”模式。

在生活馆中,不仅展示了纳智捷大7 SUV,同时,独特的尊崇礼宾区也为客户开启了奇幻精彩的“汽车生活的遐想空间”。开业仪式上,总经理王菲表示:“从选址、装修,到每一道服务流程,细节之处均经过了精心的考量和设计,纳智捷希望通过这一系列尊崇贴心的服务,令每一位消费者都能够能够在汽车生活馆中感受绝妙的移动生活体验之旅。”



哈弗驰骋赛场

技能“唱” “昌河杯”销售·服务顾问技能大赛亮剑中原

销售售后精益求精,技能大赛助推品牌影响力。日前,2011年昌河汽车首届“昌河杯”销售·服务顾问技能大赛决赛在中原大地河南激情亮剑,来自南、北赛区复赛胜出的36名销售、服务精英。评委分别来自销售公司培训处、服务营销处及经销商代表。

本次比赛在11月14日拉开帷幕,在为时两天的赛程中,首先进行的是笔试项目部分,随后销售、服务顾问面试项目依次展开。比赛过程中可以感受到选手们为参赛做了充分的准备;面试部分销售、服务顾问轮流扮演客户,配合完成面试各环节;在情景模拟竞赛中,选手们将各自技能展现得淋漓尽致。而最后一环节的评委互动提问更是考验选手的灵活应变能力,需要选手具备丰富的实践经验,参赛选手们在应对考官诸多实战型问题时巧妙应对,充分展现了临场发挥的功力。

通过本次大赛,一方面了解了销售及服务人员的专业技能水平;同时也通过此次赛事,发现了经销商团队中一批专业技能过硬、实战能力突出的人才;希望通过此次赛事,使选手们在学习中比赛,在比赛中提高,采取互相竞争、学习的形式,提升整体素质和服务水平,实现销售、服务顾问技能大赛的根本目的。

优惠“唱” 五菱“特价风暴”来袭

据悉,即日起至11月30日,河南裕华江南汽车销售服务有限公司五菱实惠大放送,五菱之光立业型低至29300元起,五菱荣光基本型低至40300元起,全车系优惠高达4200元。

上汽通用五菱始终遵循“为客户创造价值”的理念,力求为用户创造更多实惠。今年年初,国家取消了三大汽车补贴优惠政策,在此背景下,上汽通用五菱充分考虑到购车人群的用车需求,特开展了此次大规模促销活动。这样也避免了部分用户因为一味追求低价而去选择

品质较差的产品,让自己的利益受损。

五菱的系列产品在设计、制造、出厂等环节都有严格的检验和把控,同时我们还将为您提供完善的售后服务。事实上,五菱汽车系列产品经过多年的积累和发展,目前已经成为国内微车市场份额最高的品牌,这绝不是单靠价格竞争就能做到的。五菱品牌一直凭借可靠的品质、皮实的性能以及准确的切合用户的需求,经过几百万用户的实际用车体验积累下良好口碑,所以您可以放心购买。

速度“唱” 哈弗获全国越野赛柴油组总冠军

曾连续2年领军中国军团扬威达喀尔的哈弗SUV,日前经过激烈角逐并最终战胜众多实力型对手,成功夺得“2011年度全国越野系列赛”总冠军,再获赛场殊荣。

全国越野系列赛2011年赛季由黑龙江漠河站、云南东川站、新疆环塔站及内蒙古巴丹吉林站四站分站赛组成。其中,“巴丹吉林”杯汽车挑战赛是2011年度越野系列赛的最后一

站,长城东方赛车队的马森/廖岷凭借稳健的发挥,驾驶哈弗以总用时10小时47分39秒的成绩,夺得本站比赛全场冠军,同时凭借积分最终锁定了2011年度越野系列赛总冠军。

2010年,长城创建了“哈弗 达喀尔梦工场”车友竞技活动。哈弗SUV作为国内的领军品牌,旗下车型拥有卓越的专业品质,尤其在越野操控方面的优势非常明显,这为哈弗长期保持

节能“唱”

欧曼公路节油版引领换车潮

福田欧曼联手潍柴动力,结合公路物流运输标载物流、高速运输的特点,量身开发新一代体系化节油产品欧曼公路节油版创新上市。其可降低油耗10~13%,相当于每年为用户节省4万多元。据了解,欧曼公路节油版是根据公路物流用户新需求,由中国商用车领军企业福田汽车和中国重卡动力领军企业潍柴动力强强联合,针对性开发而成。

其中,发动机性能通过四大优化提高了燃油效率,形成更佳的节油效果。具体包括:低转速更省油,发动机额定转速降低至1900转,运转避开了高油耗区,更多运行在经济油耗区;大扭矩更节油,在原有1900转产品的基础上,欧曼公路节油版还对发动机进行了优化,最大扭矩提升到1900N·m,加速超车能力强,整车油耗进一步降低;另外针对高速物流车运行工况,欧曼公路节油版还通过燃油环境软、硬件的改进,拓宽低油耗区域,提高燃油效率;同时第二代BOSCH高压油泵提供超过1600bar燃油压力,对喷油精确控制,减少浪费从而达到节油目的。

汽车文化方兴未艾 中国汽车强国路任重道远

2011年前9个月中国制造乘用车汽车超过1000万辆,连续三年坐上全球产量第一的宝座只是时间问题。连续多年汽车全球产量第一本应使人欢欣鼓舞,但自主品牌低质化和廉价化的态势却又使人焦虑。中国汽车工业如何在做大的同时做强成为摆在所有汽车人面前的难题。

欧洲汽车文化与汽车工业的良性互动

欧洲是汽车的发源地也是全球汽车品牌最为集中的区域,欧洲汽车文化既孕育了以豪华著称的奔驰和宝马这样的德系豪华品牌,也孕育了以操控而著称的阿尔法·罗密欧和法拉利这样的跑车品牌。我们以大多数人不太了解的阿尔法·罗密欧为例,它从创业初期就专注制造高性能跑车和赛车,从上世纪20年代开始它

的产品就参加Mugello大赛和世界杯GP赛等全球大赛事;到了上世纪90年代和本世纪初末其156车型和147车型皆因性能和品质而获得当年的年度汽车大奖;近年来,为了满足欧洲消费者对高性能豪华跑车的需求,它设计了一款采用前悬架采用双叉臂结构,后悬架采用多连杆结构的超性能跑车,这款被命名为166的车型操控性和舒适性都达到了同类型车辆的顶峰。

中国汽车工业发展动力何在?

汽车行业专家指出,引进,消化,吸收再创新是自主创新的捷径,相比“逆向开发”既可保障技术的高起点,也能保障产品的品质。据介绍,在此方面最成功的案例是广汽引进具有赛车基因的阿尔法·罗密欧166平

台,并在吸收了丰田和本田成熟的经验的基础上打造了世界领先的生产线,最终推出了国内最具赛车潜质的车型——传祺。这是自主品牌企业力图突破大众自主品牌低质低价惯性思维的举动,但在缺乏汽车文化的大环境下,自主企业的自我突破是否能够获得大众认同仍是个疑问。

赛车电影带动汽车文化发展 中国汽车工业破局在即

据中影内部消息,12月份将有《赛车传奇》和《极速天使》等赛车电影上映。其中《极速天使》是以美女和情感为主线的偶像剧,而《赛车传奇》则是一部不折不扣的动作赛车电影。据了解,《赛车传奇》这部电影选用最具赛车基因的广汽传祺作为“主角”,这款车将在片中展现



转弯、追逐、接力、碰撞、超越一系列富有力度与节奏感的动作,这场视觉盛宴将让大众从中体会高性能车的优异。显而易见,通过《赛车传奇》这样大众喜闻乐见的形式去推广赛车文化是件极有意义的事情。有业内人士指出,《赛车传奇》不仅仅是一部精彩的赛车电影,它在汽车文化上更具有启迪意义,是汽车行业具有里程碑意义的事件。我们有理由相信,中国汽车工业的强国路必然将随着汽车文化的发展破局在即。

晚报记者 谢宽