



郑州第一报道,我们一直在你身边

热烈祝贺《郑州晚报》单日出版672版
创造“大世界基尼斯”新的世界纪录

郑州晚报

车市 后市场

6月30日,伴随着震耳的鞭炮声,位于航海路与育英街交会处的“河南安路汽车服务中心”开业,各路嘉宾纷纷到场祝贺,现场热闹非凡。业内人士表示,它的开业标志着作为全方位汽车服务商在汽车服务领域开始走向行业的前端。

记者 谢宽 文/图

河南安路汽车服务中心开业 “全方位”服务推动汽车后市场升级

模式:全方位的服务中心

随着我国汽车保有量的激增,竞争白热化的整车市场逐渐进入微利时代。相比之下,汽车后市场却活力四射。有数字表明,2011年我国汽车用品市场总量达到4300亿元,2012年预计将突破5500亿元。在以北、上、广为代表的发达经济圈接近饱和时,汽车后市场迅速扩容至中西部的二、三线城市。

而具体到中原汽车后市场,虽然近几年市场高速发展,但还是有很多短板存在,如市场鱼目混杂、行业以中小企业为主、非4S店类的汽车服务店面通常缺乏规范化标准化的经营环境、客户的信赖度很低、品牌规模较弱等。

但现实是很多中原车主又需要这类收费合理、可信赖的、便利的综合服务店铺存在。因此,在河南安路建厂之初就选择品牌发展之路。

“安路在过去的11个月里经历了调研、建厂、招工、培训、试营业的艰苦历程,在德国博世公司的支持,成就今天标准化专业化的安路博世专业维修站。”在现场,河南省安路汽车服务有限公司董事长白玉峰表示:“要用规范化的作业改变综合维修的形象。”

如此大规模的一站式全方位汽车服务中心,在郑州汽车后市场领域可谓一枝独秀。

郑州市机动车修配管理处副处长李正光认为,如今汽车已经成为新时期的领航产品,汽车核心利润从汽车前市场转入汽车后市场。作为汽车服务综合体,河南安路汽车服务中心这种全方位一站式的汽车服务模式,不仅使车主可以安心、放心、舒心的解决维修服务问题,而且,推动了中原汽车服务市场步入升级换代的新阶段。



钣金喷漆车间



与博世合作的轮胎区



无尘贴膜车间



保养车间

创新:联手“博世”提升后市场品牌

河南安路汽车服务有限公司500万元,经营场所5000平方米,员工近100人,公司配套设施完备,检测设施齐全,秉承以人为本的原则,重视人才的引进与培养,有专业的培训教室,完全符合一类维修企业标准。

安路主要服务项目包括:洗车、内饰清洁、漆面养护、贴膜、维修保养、专业养护、整车维修、钣金喷漆、漆面快速修复、保险理赔、道路救援、会员俱乐部等汽车专业服务,同时为企业集团客户定制专属大客户服务项目。

可以说,每一个服务模块都有专业的服务流程和标准,走进安路看到的不是一个传统的汽修厂,而是一个大型专业维修站与大型汽车

专业美容装饰店的完美结合。

特别是2011年8月安路与德国博世公司合作,成为德国博世在中原地区的标准样板店,拥有德国博世专业汽车维修服务网络,德国博世底盘安全性能检测线,授权美孚1号换油中心、轮胎区、四轮定位仪等。

据白玉峰介绍,“河南安路是在中国区的第1068家博世维修站,车主可以在省内40余家、全国1000余家站点接受专业的维修保养服务和异地救援服务。同时,博世每年在汽车新技术领域2700项专利的产生一直处于全球汽车技术的领先地位,相信借助品牌的力量,安路定能发挥区域优势,打造出值得车主信赖的汽车社区服务品牌。”

上市两月销量过万,家轿新贵启辰 D50 持续热销

高品质成为启辰 D50 热销的关键

高品质成为启辰 D50 热销新兴市场的关键。“10万元以下的车很多,但这个区隔的消费者最品质的渴望和担忧是最明显的。在绝大多数消费者的认知里,品质几乎等同于合资品牌,买启辰 D50 的车主很少考虑其他车型,一般都是与伊兰特悦动、花冠等车型在比较,他们最看重的是发动机性能。”沈阳东北汽贸启辰专营店的销售经理告诉记者。启辰的终端销售功夫很硬,不少店面进门就可看到两款一模一样的发动机,一款搭载在 NISSAN 新骐达上面,另一款就是启辰 D50 的心脏。这款著名的日产 HR16DE 发动机,因其高效强劲的动力表现和超低的油耗表现屡获殊荣。东风日产研发团队进一步创新调校,赛车级加工工艺和多种降低摩擦技术的应用使其“安静、高效、节能”的性能发挥的更加淋漓尽致。

全面满足家庭乘员的用车需求,启辰 D50 在此方面体现出高超和谐的技巧。在了解首保情况时,记者发现有驾车经验的男性消费者更喜欢尊贵版 MT 车型,不少车主的百公里油耗只有5个多油,比官方指标更低。而选择启辰 D50 尊贵版的不少是女性,主要是考虑到其舒适的大空间和强劲的空调制冷表现。启辰 D50 在“驾乘空间最大化”的设计原则下,后排腿部空间达到中高级车的水准。日产 B 平台的成熟稳定和悬架系统的精心调校进一步增强了车辆的抗震、抗倾斜能力。据悉,其悬架系统采用了与 NISSAN 天籁相同的脉冲式阻尼回弹弹簧,而其生产减震装置

据中汽协统计,轿车市场销量89.33万台,同比增长19.59%。正是因为5月份的强劲增长,1~5月份的市场表现回归小幅增长,开年以来的跌势终于停止,复苏迹象进一步增强。各大厂商对三、四线市场的培育和挖掘也初见成效。以东风日产启辰 D50 为例,其“性能高于颐达,价格少三四万”的口碑深获青睐,上市持续热销,两月销量过万。这一成绩继续创造着一个新品牌首款新车在中国车市的销量纪录,家轿新贵的地位已然成势。

渠道能力彰显品牌竞争力

渠道能力在各大品牌竞争中的角色越来越重要,启辰 D50 的持续热销很大程度上归功于东风日产在渠道下沉和创新方面卓有成效的努力。为保证在目标市场的长足发展,启辰品牌在新车发布之前就开始筹备渠道建设,“专属销售、共网服务”的创新营销模式直接将700余家 NISSAN 销售网点和现有的100家启辰专营店联合起来,让启辰 D50 上市伊始就能在渠道数量上媲美任何一个成熟的主流品牌。启辰首批经销商主要是从东风日产 NISSAN 的优质经销商挑选出来的。其优质高效的运营能力、雄厚的资本支持和快速扩充网络的愿望与启辰的发展愿景完全一致,而启辰 D50 的成功表现也进一步增强了继续深化合作的信心和活力。河南威佳集团负责人表示:“启辰的产品力和价格在中部城市非常具备竞争力,对于我们而言,完成任务不是



问题,问题是如何进一步扩大市场份额和领跑优势。”

只是单纯的渠道扩充并不能完全满足各大品牌在下沉过程中的销量和品牌持续提升的需求。东风日产的创新力再次得到彰显。针对三、四线市场呈现出截然不同的“高销量、低保有量”特点,东风日产通过推出“精英创富战略”,向全社会、全行业招募创富精英人才,并提供资金及运营支持,建立全新渠道网络模式——东风日产“精英店”。精英店将经营 NISSAN 和启辰双品牌,投资规模比现有4S店规模略小,300万~500万元,作为创富精英的个人只需出资50万~60万元。

事实上,支持此次精英店战略的正是东风日产在年初启动的百城翻番项目,整个创富精英的甄选工作将与天津卫视合作呈现。东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示,百城翻番

项目中的一百个城市都是三、四线城市,1到5月份这100个城市的增长大概占到全国65%,相当于1/3的存量带动接近2/3的增量,而且预计下半年会带来更大的增量。同时,三、四线市场人们创业的需求十分旺盛,因此东风日产会在项目和网络等多方面,给予三、四线城市更多的关注。

对整个汽车产业来说,今年的环境更加残酷,白热化的竞争在带来机会的同时也提高了风险。“我们对启辰寄予厚望,希望持续推出的新车型能满足新兴市场区域的需求,同时也希望它能带动社会财富的创造,在销量提升、品质管理、渠道创新和社会公益实践上都有所贡献。启辰 D50 是一个起点,它和下半年推出的新车型将共同承担东风日产突破年销百万,进军第一集团的历史使命。”东风日产副总经理任勇如此强调启辰的使命。