

TOP汽车 | 行业

新车发布,用户体验,爱心传递,深度试驾…… 岁末将至,车市表现欲增强



岁末将至,汽车市场进入到最后的冲刺阶段,完成或者没完成任务的经销商都想借此机会,为2013年画上圆满的句号。于是,他们大打营销牌,通过体验、试驾、新车上市、爱心送希望等活动,增进与消费者之间的联系。
郑州晚报记者 谢宽



发布 东风悦达起亚新福瑞迪郑州上市

11月23日,东风悦达起亚新福瑞迪于郑州区域上市会在郑州思念·果岭山水国际度假社区举行,东风悦达起亚郑州5家专营店河南新裕隆、河南广发、河南双盛、郑州普泽、郑州恒信国亚共同携手举办此次上市会。售价区间为9.88万~12.48万。作为东

风悦达起亚品牌"Design KIA"革新的起点,福瑞迪不仅开启了企业品牌设计风格,同时凭借卓越性能它也成为中国家庭用户最青睐的中级车之一。如今,凭借内外升级,新福瑞迪为爱而生,焕新上市,将陪伴车主更好地呵护家人,让爱温馨传递。

爱心 瑞风S5“书”送希望·传递爱心

11月23日河南世纪阳光“店庆8周年·江淮惠中原——2万客户情8000感恩礼”瑞风S5深度体验爱心之旅启程。世纪阳光在8周年店庆之际,携江淮客户走进巩义市夹津口镇公川贫困小学,建立爱心图书室,贫困地区的孩子有机会透过书籍见识到更为广阔的世界,得到

知识的成长。这些生活在贫困地区的孩子,他们的衣服和鞋子可能是破的,但他们求知的心却和所有的孩子一样,都是完整的,他们的心灵也同任何一个孩子一样,需要被关心着。也使我们能够体验到与人分享的快乐,对生活、人生,对他人抱有更多的爱,获得心理上的成长。

试驾 别克全新君威GS试驾会郑州站收官

“心动体验”——别克全新君威GS试驾会郑州站于11月24日收官。别克全新君威GS拥有着“中高级车前驱性能之王”称号,不管是187/5300的功率,还是350Nm的峰值扭矩,都列同排量之冠,最适合在电光火石之间完成酣畅淋漓的加速过程。而同级唯一的

HiPer-Strut高性能前悬挂,Magnasteer磁力辅助随速可变助力转向系统,更是让车载在赛道上急速穿行于各个弯道之间,尤其是其所采用的全进口6挡手动变速器,从齿比结构、啮合精度到挡位行程、换挡手感,无一不体现其“为操控而生”的激情使命。

体验 一汽-大众用户体验日合众汇金站落幕

11月22日,“阅芯悦众”——2013一汽-大众用户体验日活动在郑举行。活动旨在通过与广大用户进行全方位的深度沟通,使广大消费者更加了解一汽-大众的高品质理念与追求。活动当日,来自全省的50名一汽-大众用户代表以及豫北13家经销商代表云集一汽-大众合众汇金展厅,对一汽-大众此次的创新之举进行了全方位的体验与品读。合众汇金相关负责人

表示:“此次‘阅芯悦众——2013一汽-大众用户体验日’能够选择在合众汇金举行,我们公司上下全体员工均深感荣幸,同时,感谢一汽-大众给予我们的支持与信任,也感谢给予支持与厚爱的广大用户朋友们。”

作为中国最优秀的合资汽车企业之一,一汽-大众始终致力于以全球同步的技术实力和开发经验,毫无保留地为中国消费者提供全球一致的产品和

服务,并本着注重用户感受、贴近用户需求的原则,不断完善品牌管理体系,丰富产品沟通平台,通过持续主动的创新营销模式,增强用户体验,传递品牌价值,让广大用户对一汽-大众的认知,从熟悉走向挚爱。

此外,11月也是合众汇金8周年生日庆典月,这些与合众汇金一起走过峥嵘岁月的伙伴们,因为相互的扶持,合众汇金才得以成长,并5次蝉联一汽-大众卓越经销商称号。

互联网时代空调零售模式将何去何从

把脉行业趋势 2014中国空调业发展论坛昨日举行

布局明年市场 苏宁进行1000万台空调采购

11月26日,由苏宁联合中国家用电器协会、中怡康、美的、海尔、海信科龙等近20家空调品牌主办的“2014年度中国空调行业发展趋势高峰论坛”在南京召开,共同谋划2014年空调产业布局。论坛上苏宁宣布:将向空调厂商采购1000万台空调,通过O2O模式融合线上线下全渠道,运用差异化的竞争策略进行运营。苏宁云商总裁金明表示,互联网浪潮已经不可逆转地改变着每一个行业,影响到每一个企业,空调行业亟待寻找新的零售模式;加上家电节能补贴逐步退出市场,宏观经济刺激短期出台的可能性较小等原因,预期明年整个行业将处于高位盘整期,空调行业也急需运用大数据、精准营销等互联网技术开发新产品,满足消费者的个性化需求。

把脉行业趋势

多重机遇成为新一轮增长点

近几年来,国内空调销售总体呈现出振荡上升的趋势。2008年到2012年,国内空调市场规模从低于3500万台,扩张到5000多万台,预计2013财年内销将实现5%以上的增长。从出口数据看,2010年到2012年空调出口量持续稳定在4000万套以上,出口量占中国空调行业销售总量的比例也一直保持在45%左右,结合2013年整个空调行业和全球经济回暖的趋势,预计今年出口量将达到5000万套。

家电协会副理事长王雷认为,在存量市场上,目前城镇每百户空调保有量为120台,农村市场每百户空调保有量为20台左右,未来需求空间巨大。此外,空调行业还面临多重利好因素:现有空调产品的更新换代需求将逐步释放;国家出台的一系列消费促进政策将有力地带动增量市场快速发展;工程机市场年度规模有望达到400亿,并持续

保持高速发展。

需求碎片化

消费个性化渐成潮流

中国零售业在互联网、物联网技术的冲击下,正在跨过纯电商阶段,消费者对融合线上线下全方位需求的O2O模式热切期待。苏宁的互联网转型,通过O2O模式将线上线下的渠道体系和价格体系,集线上便利性与线下体验于一身,开创新的零售时代;后期将基于互联网技术进一步完善差异化的运营策略,运用大数据,推进精准营销。

峰会现场,苏宁云商总裁助理陈琦阐述了2014年度苏宁助推空调行业发展的多项重要举措。

一是推进O2O融合的互联网零售。2014年苏宁易购将进一步巩固和拓展以空调为代表的大家电销售优势,从商品、供应链、推广、服务整个链条上加强品类运营和品类深化。二是1000万台大单采购,深化战略合作。



1000万套中,高效变频空调约300万套,占比30%;新国标变频空调约500万套,占比50%;家用多联机约50万套。此外,还有约30%共300万台空调属于一票买断苏宁渠道专供机型。三是推动包销、定制与品牌代理,深化供应链变革和协同。四是借助技术应用与数据挖掘,推进CRM管理与精准营销。五是加强定制服务领域合作,打造苏宁“私享家”品牌。2014年,苏宁将加大定制服务领域的投入,与空调厂家加强定制产品的开发合作,搭建家用中央空调销售新通道,通过苏宁“私享家”平台和公对公销售渠道,加快“私享家”专区的设立,实现一二线市场的全面布局。六是保障服务品质、增强服务协同,推进物流与服务的全方位开放。在物流方面,目前苏宁正在加紧全国60个主要城市自有物流基地的建设,预计到2015年将全部建成。

厂商携手冲刺
万人空巷抢家电冬季之战

今年5月,苏宁以大会员管理、大数据应用为基础,首次发起“万人空巷/万人在线抢空调”的精准拓展与营销,仅3天时间线上线下就突破了50万台的销量,创下今年新高,在取得了极大的轰动效应的同时也得到了供应商和消费者的一致认可。

针对已经进入空调制暖旺季的华东、华中、西南地区,以及西北部分地区,苏宁将从11月29日起,以1000万台大单中的300万台苏宁专供机型为主力,在苏宁门店及苏宁易购开展以空调为核心,兼顾其他品类的“万人空巷/万人在线抢家电”活动,发起2013冬季家电抢购大战。

届时,空调品类将以百万台海量特价机、品牌联合团购为主力活动,1.5匹冷暖空调和1.5匹变频空调将跌破1800元和2200元的坐标价格,全线回馈消费者。苏宁将联合各大空调品牌全身心投入这场2013年的万人空巷收官之战,合力冲刺20亿的空调销售。

樊无敌