

东风日产“金九”大爆发

月销92699辆,同比激增107.89%,创“史上最强”单月销量纪录

单月销量92,699辆,东风日产在2013年的“金九”创下了“史上最强”的销售纪录,并以一家企业38.82%的市占率力压丰田、本田两大品牌,继续扩大日系第一的领先优势,巩固行业第一集团的强势地位。

东风日产站上十年销量最高峰

数据显示,2013年9月,东风日产双品牌销量92,699辆(NISSAN品牌84,043辆,启辰品牌8,656辆),同比激增107.89%,一举冲破“9”字头大关,达成企业成立十年来最好的单月销量业绩。

东风日产的全线爆发,体现在各自细分市场。旗舰车型新世代天籁上市半年来市场表现稳健,以10,780辆的成绩在中高级车市场的万辆俱乐部中站稳脚跟。新轩逸、新TIIDA、新骊威、阳光,是东风日产

进攻中级车市场这块“大蛋糕”的“四剑客”集群,也是东风日产刷新销量纪录的绝对主力。作为中国乘用车销量排行前十中唯一的日系车型,轩逸系列在9月的终端销量27,092辆,再创历史新高;新TIIDA这款经典的时尚两厢车,以15,555辆的成绩延续了“两厢车王”的神话;阳光,9,795辆的销量足以证明这款宽大实用车型的市场竞争力;新骊威也不遑多让,以9,965辆的成绩实现了今年换代上市以来的最好成绩。

同样刷新今年销量纪录的还有逍客,该车型凭借12,668辆的销售成绩达成了2012年以来的新高。

不容忽视的还有东风日产的全新品牌启辰。这个刚刚踏过成立三周年节点的新生力量,为东风日产飞跃巅峰立下了汗马功劳:2013年1-9

月,启辰品牌仅依靠两款车型就达成了67,919辆的业绩,月均销量超过7,500辆,已然成为合资自主品牌中当之无愧的标杆。

东风日产全线飘红的“精气神”

“这只是一个开始。”东风日产副总经理任勇对这一纪录的反应显得“云淡风轻”。很显然,“日系第一”的宝座满足不了他的野心。

任勇的自信来源于东风日产最朴素的道理:“好产品让客户动心,好服务让客户感动,坚持客户至上的理念去创造价值,这就是东风日产能够逆势而上的‘精气神’。”

产品为“精”,是一个汽车企业的精华所在。作为“技术日产”在华的传承者,东风日产自成立以来就孜孜不倦地根据中国的需求,导入搭载日产全球先进技术的产品。以东

风日产大力推广普及的先进变速箱技术——XTRONIC CVT为例,自2006年首款搭载CVT技术的车型轩逸上市以来,CVT技术在东风日产的普及之势愈演愈烈,至今已有90%以上的东风日产车型搭载了CVT。

服务为“气”,优质的服务才能全方位提升消费者的满意度。东风日产无论是销售还是售后服务,都能实实在在地满足消费者的真实需求。去年9月以后,东风日产陆续出台“安全保障承诺”、“7天包换”等重磅服务承诺,迅速聚拢消费人气,成为当时恢复最快的日系车企;今年4月,东风日产推出全车系的“出险代步承诺”,

9月,东风日产宣布已经实施近1年的“7天包换”提前接轨国家的“三包政策”,让不少在“金九”时期为了等“三包”出台而持币待购的消费者再无后

顾之忧,放心购买东风日产的产品。

价值为“神”,是否尊重客户价值是企业发展存亡的根本。一直以来,东风日产始终坚持“客户至上”理念,脚踏实地地为客户与合作伙伴创造价值。2013年,东风日产开展“牵引式营销”变革,真正彻底地聚焦客户价值与经销商收益,以客户价值牵引东风日产全产业链体系,将从上至下的指令与分配转型为从前往后的服务与支持。这个变革改变了行业通行的“以产定销,指标摊派”这一产销模式,以市场的真实需求为导向,以销定产,由销售体系最前沿的客户和经销商来指引东风日产主机厂如何去下好每一步棋。此举极大改善了东风日产的产销生态,让经销商彻底变成东风日产的“中国合伙人”,使其在更加宽松的

经营环境下捕捉市场需求,改善经营质量,客户满意度不断提升。(陆小虎)

购天籁 免利息 最高优惠12000元

——恭贺大友集团保有车主 突破100000人大关



在可以与东风日产大友店总经理许健一起,再算算如下的一笔账——

一起算账 天籁为何领先同级30000元?

第一,在定价上,天籁在没有优惠的基础上就已经占有很大优势,2.0排量17.78万起的价格,不仅远远低于其他中高级车同级别产品的官方指导价(新蒙迪欧20.28万,新雅阁20.68万),甚至在主力车型(2.0L高配,2.5L)上,也比主流车型市场优惠这后的价格还低。

第二,从消费者的实际收益来算。天籁7.3L的百公里工况油耗比同级平均油耗低0.82L,按照业内普遍的“汽车使用5年,每年行驶3万公里”的标准计算,就可为车主节省油费10500元,而更低的保养费用、更高的可靠性与更长的保修期,隐藏的价值不言而喻。

第三,天籁配套的增值服务同样价值不菲。“60天免费出险代步”一年的价值就有4000元,这在当前市场上绝无仅有,纵使别的企业可以效仿,但也很难开辟出更新、更具冲击力的新车配套服务模式。而“3年CARWINGS智行+免费享”服务,包括3年免费盗抢险及人工语音、数据流量等服务价值,高达7890元。

第四,在最核心的产品力表现方面,天籁领先的技术、健康舒适和先进电子、安全设备上的附加值,与同级车型相比,更能高出11200元以上,天籁的产品力优势将在数年内将保持领先。
东风日产经十西路大友店88880000
东风日产经十东路龙腾店88882222
东风日产工业北路金大友店82798888
东风日产二环南路银大友店87580666
东风日产章丘大友明店83788888

新奔腾B50全国乐驾汇济南站落幕

10月13日,为了让华中区域消费者进一步体验新奔腾B50的新生活力和优越性能,新奔腾B50全国乐驾汇在济南奥体汽车广场开幕。炫酷的车舞表演、非凡的乐驾体验,精彩的活动环节全方位展现出新奔腾B50的跃值品质。据悉,试驾环节中,直线、弯道、之字路、直角弯等路况

设置,让参与试驾的嘉宾充分体验了新奔腾B50的灵动和稳健。得益于超越同级车型的1.6L发动机和爱信F21系列六速手自一体变速箱,新奔腾B50在直线加速和制动环节中表现出充沛的中低速加速动力和灵敏的制动性能,显示出更加适合城市路况的人性化调教。(本记)

轮库汽车服务连锁济南经七路店开业



10月16日,轮库汽车服务连锁成立五周年之际,济南轮库经七路店盛装开业。这是轮库在济南的第三家店,更是轮库在山东的第十家店。经七路店的开业,扩大了轮库在济南的服务覆盖范围,将开启泉城汽车后服务的新时代,为车主带来更方便

快捷的一站式汽车服务体验。自2011年8月在济南成立第一家店以来,济南轮库始终奉行着“真名牌,真低价”的经营理念 and “一站式”的服务理念,牵手米其林、马牌、倍耐力等国际一线名牌,为车主提供便捷专业的轮胎、轮轴、保养快修及免费检测服务。(本记)

新生代骊威 引领小型车迎来新机遇

不断恶化的生活环境和交通环境,让政府再度审视汽车与环境之间可持续发展的关系。最近一段时间,《大气污染防治行动计划》及国V排放标准相继公布;而为了落实大气污染防治行动所进行的油品质量升级,更是直接导致油价的不断攀升……一系列利好因素昭示着小型车市场将迎来新的发展契机。

政策利好, 大气治理下小型车迎来机遇

毫无疑问,这一系列环保政策的推出,必将首要冲击作为产品输出方的汽车企业。为了应对环保新政和油品升级,各汽车企业不得不进行产品升级,调整市场策略,整个汽车产业正面临再次变革和重新洗牌的局面。在新政影响下,小型车即将回归这一说法,并不是没有历史依据的。从小型车在中国的发展来看,其受政策影响非常明显。曾经,在购置税优惠政策、汽车下乡政策、汽车节能惠民等一系列政策的支持下,小型车着实辉煌了一段时间,一度十大畅销轿车品牌中,排量在1.6L以下的占了一半以

上,市场份额更是高达62.85%,这种现象随着各种利好政策的退出而终止。而此次政府一系列治污措施的出台,小型车市场将成为受益最大的细分市场,有望迎来新的发展机遇,再现辉煌。

技术先行, CVT成小型车发展趋势

CTV也逐渐成为包括自主品牌在内的众多小型车的主流配置,东风日产新生代骊威、长城凌傲、雪佛兰Spark都搭上了CVT的快车道。其中特别值得一提的是东风日产新生代骊威,作为CVT的最佳拥趸者,东风日产为新生代骊威配备了其最新优化改良的全新智能XTRONIC CVT无级变速箱,该变速箱应用全球先进变速技术,使操控与节油实现最佳平衡,堪称小型车CVT应用的佼佼者。

在众多的中小型车中,以节能环保著称的新生代骊威更是成为消费者购车的首选。新生代骊威摒弃了之前的4速自动变速箱,取而代之的是全球最高7.3:1变速比的全新智能XTRONIC CVT无级变速器,节

油效率比传统的AT变速器提高了15%,在保证强劲动力输出的基础上,最大限度地提高燃油效率,实现同级最低6.1L/百公里的油耗。同时,新生代骊威在同级车中首次使用DIS双喷系统,不仅提高燃油效率,减低用车成本,而且还减少了发动机积碳,延长发动机使用寿命。值得一提的是,新生代骊威采用了先进的制动能量回收系统,这项技术可以在汽车减速的过程中,最大限度地吧运动能量转化为电能,为车载电器提供电力,从而减少油耗。

除了更多先进技术的应用,小型车也在积极探索更加符合年轻消费者的服务模式。以新生代骊威为例,东风日产以创新思维整合“购车、用车”两大阶段,率先推出“包买包用,乐活即享”的全新购车模式——骊威直通车。首款仅需裸车价20%,1.7万元起,车辆余款及税费分期付款,即可轻松拥有新生代骊威,堪称业界最低购车门槛;3年保养、保险、精品一站式采购,保养、保险、精品套餐自由组合分期付款,享多重折扣,并可专享金融绿色通道与保险管家优质服务。(庆义)

第六届奔驰服务技能大师决赛举行



近日,来自北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司全国共12支经销商代表队在梅赛德斯-奔驰成都培训中心参加了第六届梅赛德斯-奔驰服务技能大师中国大赛决赛的角逐。经过一整天的紧张对决,济南之星汽车服务有限公司经销商以其高超的维修技能和卓

越的服务品质继上届比赛之后再度夺冠,荣膺本届大赛的总冠军。明年年初,梅赛德斯-奔驰还将在上海落成国内第7家培训中心,并将提供一系列的在线学习项目,矢志提高技术人员的专业水平,为梅赛德斯-奔驰的尊贵客户提供精益求精的高品质服务。(本记)