



威麟达喀尔海选 首轮抽奖结束

威麟再次出征达喀尔近来了许多汽车越野爱好者的热门话题,而同期推出的海选活动也为消费者提供了一个走进威麟,走进达喀尔的机会。10月24日,威麟品牌在芜湖举行了“中国力量共创传奇——携手威麟感悟达喀尔发现之旅”第一次海选活动的抽奖仪式,掀起了该活动的第一波高潮。

据了解,在此次抽奖仪式上,共抽取15名幸运消费者,这些幸运消费者按计划将于近期赴内蒙古库布齐沙漠探访威麟车队沙漠训练营。出席当天活动的工作人员表示,从9月18日威麟宣布出征2011年达喀尔并推出海选活动以来,消费者一直都表现出非常踊跃的参与热情,报名人数也不断增加。在抽奖仪式现场,麒麟汽车销售有限公司副总经理刘宏伟先生也表示,威麟再次出征达喀尔拉力



赛并推出海选活动,对消费者推广达喀尔文化、认识威麟、了解威麟产品来说是一个非常好的载体。

在威麟推出的海选活动中,除此次诞生的15名幸运者,第二批前往库布齐沙漠的另外15名幸运者在11月初诞生,这30名幸运者不但可以探访威麟车队库布齐沙漠训练营,见证威麟产品品质,还能零距离感受中国车手卢宇军等车手训练过程。另外,亲临南美参加2011年达喀尔拉力赛的8个名额正虚位以待,其中2人将驾驶车队保障工作用车,以威麟车队成员身份全程参与达喀尔汽车拉力赛,另6人则将作为助威团成员参与其中。(宋莎莎)

卖车要对号入座

“10万元消费者”,最大的困惑就是,要外观,要内饰,要品牌,要家用,要个性,要面子,要空间,要配置……在国内市场,更为典型的这样的消费还不纯粹,在以上的选择过后,要考虑爸妈的意见,老公老婆的意见,有子女的话还得考虑子女的意见。这就是为什么一开始看中尚酷的人,最后会去买一辆CR-V。

作为大件消费品的汽车,消费行为受多方面因素的影响,这样的问题尤其出现在10-20万元区间车型,综合各因素后的中庸之选,CR-V的持续热销恰验证了这样的道理。论SUV性能,城市型的CR-V也许并不出色,但论综合条件,它是最均衡的。换句话说,该女子样貌中等偏上,身材窈窕,略显丰满,比起身材好没相貌的,相貌好没身材的都更加“完美”,带出去见朋友撑得起面子,回家过日子对得起身子,老爸老妈看了也配得上“孝子”。舍其谁选?

基于这样的消费现状,现在越来越多的汽车企业开始挖空心思想下猛药。但成者少之又少,这就是一个“度”,正如身材相貌如何“配比”,火候的拿捏还真不容易。

现如今,有着更多的跨界车,城市SUV、多功能MPV,谁都想做到消费者心中的十项全能,但往往在此中迷失品牌或产品的独特个性,整容成了明星并不代表你就是明星,如果企业造出的产品“面面俱到”,却又“蜻蜓点水”,那你靠什么“诱惑”消费者。结果只有一个,那就是打回原形,从头再来。

汽车行业内的资深人士一直有这样的共识,“上海通用造的并不是最好的车,但它却可以把任何车卖好。”产品中等偏上,定位精准,营销到位。上海通用就是这样做到的。产品,功能不会去盲目迎合消费者,让自己的产品拥有“性格”,随之定位精准到细分群体,从而展开营销传播,让目标消费者来“对号入座”,这才是它能卖好车的原因之一。(王尚)

二手车 难倒4S店

长期以来,整车厂商和4S店都在试图用各种方法介入二手车业务,但效果并不太好。零点公司发布的调查结果显示,2009年全国二手车置换率为2.8%,个人以为,厂商和4S店的二手车业务尚处于初级阶段,主要存在以下难点。

厂商很热情,4S店很无奈。对于二手车业务,很多整车厂商蜂拥而入,高端车型中的奔驰、宝马、奥迪,中低端车型中的通用、丰田、大众都建立了认证二手车业务,但厂商更多是从战略层面考虑,如提升品牌知名度、提升车辆残值率等,执行要靠做具体业务的4S店。而4S店也有自己的想法,如果单独设立二手车部门和专门工作人员,资金投入、设备添置、人员培训等投入成本很高,实际置换率又不高,对新车促进作用不大,得不偿失,因此很多4S店的二手车业务成为摆设。

无论是厂商还是4S店真正懂二手车的人不多。低端、辛苦、专业是二手车行业的主要特征,超过95%的二手车经营者为个体商户,厂商或4S店真正从事过二手车经营有丰富二手车行业经验

的人很少,很多企业高层并没有实际经验,一般都是在想二手车如何如何做,遇到实际问题往往无处下手或不知如何下手,制约了二手车业务的发展。

风险大管理难。4S店经营二手车的风险要远大于新车,4S店远离二手车市场,不能及时了解二手车收购、销售等价格变化情况,并且必须十分小心的控制二手车的库存数量。新车库存存在遭遇厂商降价等突发因素时会因为厂家补贴而将风险转嫁给厂商,而二手车库存较大时一旦遭遇价格大幅下降等突发因素,所有损失必须由自己承担,所以许多4S店的二手车置换、零售业务都还停留在小打小闹阶段,勉强支撑。

没有切合实际的培训机构。二手车经营是相当复杂的业务。其中评估、收购、销售、手续、保险、过

户、售后等问题,不是培训几天就能掌握的,许多4S店的二手车部门一般是三两个原来卖新车的销售人员,简单培训一下匆匆设立的,在车辆收购或置换时经常出现问题,尤其是对非品牌车辆的收购很难把握,急需培训,二手车行业几乎没有完善的培训机构,很多培训师没有实际操作经验,虽然上课内容很花哨,但往往没有实际指导意义。

缺少好的销售平台。二手车业务作为新车4S店的第三利润源(第一是新车销售,第二是保险装饰维修),现阶段更多是“鸡肋”。深层次的原因应该是,4S店有入口(置换)却没有好的出口(销售)!无法或不销售才是新车4S店开展二手车业务的真正障碍,毕竟4S店主业是新车销售,不可能每个店都建一个自己的二手车销售点。(小胡)

太堵了,咱们“拼车”吧

尽管“钓鱼执法”让很多人后怕,但公平、正义的力量还是顽强地生长着。对于这种既省钱、又省力的方式,群众显然是欢迎的。然而,还有更多的人,害怕不幸被“钓鱼执法”,只能无奈地对拼车说“不”。因此,我们呼吁,将拼车合法化,并出台相关政策鼓励拼车,真正实现节能减排、减少城市拥堵。

笔者认为,鼓励拼车是目前解决交通拥堵最有效的办法之一,也是成本最低的办法。笔者有一位朋友,家住市郊,毅然决然买了辆车。然而,每天居高不下的油费和各种高额的用车成本也是他的心头之痛。为了减缓经济压力,他每天经过车站的时候都会拉上3个人,每人收上10元钱。“别人都收二十呢,我又不是想挣钱,就是空车也浪费,拉几个人,既帮了别人,又省出过路费,何乐而不为?”

“上下班顺路带人不能算非法营运,因为它不直接以赢利为目的。”著名汽车分析师贾新光也对拼车推崇备至。他认为,交管部门应该合理利用拼车这种行为,以减轻道路负担,并出台鼓励不以赢利为目的的拼车行为。关键之处,在于解决“非法拼车”与“合法拼车”的界限问题。

事实上,在很多国家,拼车都是合理、合法并备受鼓励的一种行为。在德国,新加坡等,赶上交通高峰私家车空车上路得遭罚款。美国也采取多项措施鼓励“拼车”出行。出入曼哈顿岛的桥梁和隧道是纽约的交通瓶颈,在早高峰期间仅供有两名或两名以上乘员的车辆使用。在人均拥有1.8辆汽车、世界上

拥有汽车最多的城市洛杉矶,专门设立专用道和智能电子收费系统,如果超过3~4个乘员同乘一辆车,就可以使用快速车道。

虽然,鼓励拼车有可能造成更多的黑车上路,并影响出租车及相关利益集团的效益,但与解决拥堵和节能减排的大方向相比,这些问题可以说是“白璧微瑕”。任何事情都有两面性,只要好的一面更为突出,我们就应该加以鼓励,并想办法尽量解决不好的一个方面,而不是因噎废食,因为害怕黑车而抵制拼车。

如果相关部门因为害怕麻烦,害怕一己的利益受损,而否定和拒绝拼车行为,是不是也是一种“与民为敌”的行为呢?

(黄少华)

最实用的汽车配置

有媒体显示调查,最受车友欢迎的十项配置是:倒车雷达、电动车窗、行车自动落锁、USB接口、胎压监测、电加热后视镜、实时油耗显示、防眩目后视镜、遥控开启后备箱、后排空调出风口。倒车雷达的得票率高达72%,看来这项配置非常实用,特别是现在新手多、女车手多、停车困难的情况下,这项配置应该成为标配。

USB接口受欢迎程度如此之高,与年轻车手众多有关。这个借口从MP4到高清播放机都支持。

最受欢迎的十项配置中,有一半与安全有关,这说明车手对安全的关心。

得票率最低的是方向盘加热功能,其次是车载冰箱,第三是换挡拨片。据说赛车手都钟爱换挡拨片。

还有的配置卖得好,但是并不实用,比如天窗。买车的80%选天窗,用车的20%用天窗,其实这项配置最适用于抽烟并在旁边有女士的人。(贾新光)