# 10万元级决战,谁与争锋

## 日产文华店全新TIIDA热销中

“10万块,该买什么车?”这是日前汽车4S店里最常见的写照,更是许多选购入门级车型消费者的普遍心理。在养车成本日渐增加的今天,10万元的车子基本能够满足消费者经济、实用又兼顾“面子”的需要,因此逐渐成为了消费者选车的价格“标杆”,而TIIDA以空间、内饰、动力等形成铁三角,则成为了消费者选车的性能“标杆”。

笔者从2007金鼎奖最值得信赖的4S店东风日产文华专营店了解到,现在消费者普遍想要的是外形时尚,经济实用的轿车,当然安全和操控性也是很重要的。而目前东风日产车系中,卖得最好的就是新款TIIDA 2008。它在继承原有TIIDA自身优秀品质的基础上,针对外观、内饰、配置三方面进行升级、更新20项内容。在保留了卓越性能的HR16发动机同时,包括车身颜色,前后的流线造型,豪华时尚的大灯,四轮盘刹及一触式清洁智能空调系统等等,让TIIDA更时尚、更舒适。新TIIDA独到的五门掀背设计、超大的空间、完善的娱乐信息系统以及体现在各个细节的人性化细节设计也引起了很多消费者的共鸣和赞叹。

2007年11月19日,“中国年度汽车总评榜广州分榜”强势出炉。其中,东风日产TIIDA将最受瞩目的“年度最佳中级汽车奖”收入囊中。这种种肯定,让TIIDA在10万元级选车决战中傲视群雄。开着时尚的TIIDA,看场电影,打场球,来次郊游,感受“快·乐·慢生活”主义。

选好了车,去哪买呢?作为在南京最早一批的汽车4S店,文华公司是在展厅率先提出客户专属服务理念的,客户专属茶水、饮料、主动供应手推车服务,客户专属验车、试车、换车、购车专车接送或者购车时给客户报销打车费服务,VIP客户专属绿色维修工位,VIP客户专属维修技师等等。点滴细节成就了客户口中“服务的文华”口碑,更激励文华人不断地突破、超越自我。据悉,文华公司近期购车、二手车置换优惠活动达6项之多,建行全车系分期付款免手续费、免利息、免抵押、免担保活动和招行12/24期分期付款买“逍客”活动正热力进行中。更多精彩优惠活动等待您的参与。

## 08款跃进新品欧卡正式下线

1月17日,跃进“基因重组”工程的又一阶段性成果,南京依维柯08款跃进轻卡新品——欧卡在南京正式下线。此次下线的欧卡,是在依维柯平台上,引入欧洲同步轻卡制造技术打造的全新产品,是国内主流轻卡市场中唯一一款欧系轻卡。

欧卡的核心特点,是充分融入了来自欧洲的基因。正是来自欧洲的产品基因,使欧卡拥有了节能环保、安全耐用、美观舒适的三大核心优势。随着中国轻卡行业又一次消费升级的到来,欧系轻卡因动力强劲、环保省油、安全系数高的优势,越来越受中国主流轻卡用户的青睐。作为国内主流轻卡市场中唯一一款欧系产品,欧卡的下线标志着欧系轻卡真正进入中国主流轻卡市场,成为主流用户买得起的欧系轻卡产品。

欧卡的下线使欧系轻卡不再“高高在上”。在国Ⅲ时代降临之后,南京依维柯率先推动欧系轻卡主流化进程,8万元以内的主流轻卡市场里,第一次出现了欧洲领衔设计、使用欧洲核心技术、按照欧洲标准检测的产品,欧系轻卡主流化的进程大大加快。

作为基因重组欧卡的下线,标志着南京依维柯已经建立起由欧霸、欧卡及新品质跃进构建的轻卡产品线的完善构架,并全面覆盖高端、中高端以及中低端三级市场。完善的产品线及不同的价位组合,将会使南京依维柯在轻卡市场中获得更多的机会,并对其向一流商用车公司企业和全球市场挺进具有重要的意义。 快报记者 沈宁

## 江苏天泓又上新台阶

根据最新统计数据显示,江苏天泓2007年总销量接近7000辆,维修进场台次近十万台次,客户满意度指数高分稳定在90分以上,所属各品牌均超额完成目标任务。

开业仅2年的江苏天泓雪莱在凭借年初蝉联上海通用四星级服务中心称号的蓄势,全年保持强劲增长,成为江苏天泓新车4S板块中成长性较好的品牌店之一。售后的表现尤为喜人,月均进场1100台次,增长率高达277%,在南京汽车界中是很少见的。

作为广受关注的别克品牌,为给客户提供更加优质、快捷的服务,江苏天泓会定期举办针对不同工种的技能比武,让客户在不同的网点享受到同等质量的服务。2007年,别克全年进场台次达到8万,成功实现建厂以来累计30万台次的突破。销量与2006年相比有大幅度的增长。而开业一年多的凯迪拉克品牌,则依靠426%的高增长率当之无愧地成为年度“明星品牌”。

去年,江苏天泓二手车,对车辆的置换及认证总数,达到成立3年来之和。金星俱乐部快修连锁板块业务稳健,服务平台功能完善,会员稳步增加,救援、理赔、保险代办业务成为维系3万多名车主的强力保障。

作为江苏地区知名的汽车服务商,江苏天泓目前正在全力筹建豪华品牌——萨博4S中心,力求为广大客户提供最优质的服务。

## 2008,节能减排 大背景下的轻客竞争新格局

回顾从2005年开始的这场环保竞争,轻客行业可以说走过了一条厂商自发自律到政策全面规范的曲折道路。据中汽协相关资料介绍,柴油国III技术较国II技术有本质的区别,其难度相当于汽油机从化油器到电喷的飞跃。厂家除了要完成产品的开发,还要在生产一致性控制、油品适应性研究、用户使用研究等方面展开大量的工作。在2005年,这一系列要求远远超过了当时国内众多厂商的承受能力,以至于出现了南京依维柯柴油国III轻客“一枝独秀”的情况。

而到了2008年,两项涉及到轻客市场的环保政策宣告出台,“环保一票否决”,终于将轻客企业的环保竞争推向了法制阶段。根据发改委和环保总局的规定,1月1日起,未达到国Ⅲ排放标准的3.5吨以上车辆,已经被禁止销售和上牌。2月1日起,《轻型商用车燃料消耗量限值标准》也将开始实施。

据了解,真正达到国Ⅲ排放标准的柴油轻客产品,在动力性能、油耗水平上都得到了质的升级。“以配备索菲姆发动机的依维柯国Ⅲ柴油轻客为例,它的油耗比同类车辆低10%左右,动力性能却增加了10%,对油品的适用性能也很高。可以说,环保真正达标,是整车品质优秀的集中表现。”

市场数据充分表明,高效节能的柴油车正在成为轻客发展的方向。以最早实施国III的北京地区为例,从2005年以来,依维柯国Ⅲ柴油轻客的销量已经连续三年保持30%的增幅。2007年依维柯在北京地区销量超过1800台,在高端柴油轻客市场的占有率达到了80%,是竞争对手的4倍。

## 2007成收获之年

### 海马市场荣誉双丰收

良好的产品、频繁的市场动作,以及坚实的服务保障体系,为海马汽车带来了突出的市场表现。在2007年,海马汽车产销达到了130048万辆,同比增长62%,远远高于中国乘用车市场27%的平均增长率。在目前已经公布的2007年自主品牌厂家的产销中,海马排名自主品牌中级车产销亚军。

福美来依靠持续的热销和良好的市场口碑获得了认同,“蓝色扳手”服务品牌用它持之以恒的努力和付出赢得赞同,海马3因为其新车技术和产品优势博得了媒体的喝彩。而在区域市场上,海马汽车的另一款车型海福星,也依靠其出众的品质,赢得了“幸福可靠车”的称号和不少奖项。作为一家新兴的自主品牌汽车企业,赢得了舆论与消费者的一致青睐,这足以证明海马汽车在2007年市场表现的成功。