

不惟网点数 超豪华品牌从追量到求质



日前,北京金港保时捷钣金与喷漆中心正式投入运营。捷成集团汽车董事奔波表示,之所以花不菲的代价在北京打造保时捷中心,就是看好中国以及北京汽车市场未来的潜力,尤其是日益崛起的超豪华车市场。“过去我们一直非常注重销售结果,最近几年日益感觉到服务的重要性,所以,我们近几年主要的计划并不是在二三线市场增加网点的数量。”

汽车分析师贾新光认为,虽然近年来超豪华车市场出现了增速放缓的趋势,但这个市场的竞争还没有到短兵相接的时候。“不过,服务肯定是超豪华车经销商未来比拼的重点,谁的服务好,谁将赢得更多的消费者。”贾新光说。

来自中进汽贸的统计数据显示,2010年中国超豪华车市场实现同比154.55%的增速;2011年继续保持超过80%的同比增长;而2012年末,超豪华车市场出现了增速大幅回落的现象,全年销量增幅仅有2.58%。今年上半年,宾利、兰博基尼、法拉利等品牌销量同比均出现了下滑。

不过,数据显示,今年前三季度保时捷在华销量为2.75万辆,同比增长14.8%。奔波认为,北京依旧是保时捷最为重要的市场之一,虽然实施了限购政策,但这也让越来越多的消费者开始将注意力转移到超豪华车上。据介绍,今年前11个月金港保时捷已经完成了去年全年的销量。“现在豪华车市场潜力非常大,销量也在逐年增长,预计今年顶级豪华车市场将会出现更大的增幅。”奔波说。

科尔尼公司预计,2017年中国将成为全球最大的超豪华汽车市场,超豪华车的年增长率将达到16%~20%。虽然对销量的预期依旧看好,但奔波认为,未来,面对

竞争,保时捷不仅重视销售业绩,更将注重为消费者提供更好的服务。

“我们近几年的规划是,改善现有经销商的服务水准,尤其是将加大对售后服务的投入,以提高客户满意度。”奔波告诉记者,“我们目前的总体规划是投入5.8亿港元,其中大部分费用将被用来完善集团旗下保时捷中心的售后服务设施。”

奔波表示,虽然超豪华车市场潜力巨大,但是保时捷看到了竞争,超豪华车市场的典型特点不再是打价格战,而在拼产品给它的客户一个什么样的价值,这都是由于消费者购买超豪华车的观念在逐步改变。以前消费者购买超豪华车,大多为了显示自身的形象和地位,而现在更多的是出于一种赏车、收藏的心态,以提高自身的生活品质。“售后服务将成为未来超豪华经销商成败的关键。”奔波说。

北京商报记者 钱瑜

301受“新生代”人群青睐 人生首款车要满足三大标准

近日,东风标致301正式上市,以颇具生活气息的诉求引起了消费者共鸣。凭借全球品质、致雅设计、先锋配置,“新生代品质先锋中级车”东风标致301成为了“新生代”人群30岁前第一辆车的最佳选择。

在接受采访时谈及青睐301的理由,不同的消费者各有侧重,但总结起来主要有三点:可靠的品质、自然大气的外形、丰富的配置。消费者普遍表示,只有符合这三大标准的车型,才能算是人生完美的首款车。

品质是第一位

“新生代”是一群30岁左右,自信、现代、稳步前进的年轻人,他们开朗随和,充满亲和力。在生活节奏快速、工作繁忙的城市中,“新生代”人群总是以积极的正能量面对困难,他们活在当下,追求安稳,不好高骛远,在平淡的生活中会制造很多小惊喜和快乐。他们保持着年轻自信的心态,始终坚持“生活要有滋有味”的态度。

与301相契合,“新生代”是东风标致301的目标人群,301致力于成为他们30岁之前的第一辆车。面对这样一批注重品位生活的人群,东风标致301首先要保证高品质,物超所值。沿袭标致3系80多年的造车精髓,以PSA集团全球最新样板化工厂——神龙第三工厂为保障,东风标致301以坚实可靠的品质为“新生代”人群的生活注入活力。

外形自然大气

“新生代”人群不是精通世故的“老油条”,也早过了个性叛逆的年龄,心态平和的他们喜欢亲近自然,与家人、同事、朋友分享生活的喜悦。东风标致301的致雅设计,运用



大量的自然元素,以“风的轻盈”、“水的柔美”带给“新生代”人群自然而然的生活享受。

饱满的“风中水滴”前脸造型;流畅的“风蚀雕塑”车身曲线;灵动的“涟漪式”C形尾灯;柔和的“流水环绕”内饰,大气又富自然之美,诠释了“新生代”人群对自然美的诉求。买车不是单纯代步,更不是为面子,而是一种对生活的追求和感受,这是“新生代”人群的购车哲学。

丰富配置很重要

“新生代”人群朋友多,他们也愿意和朋友分享自己的喜悦,工作之余呼朋唤友或与家人一起吃饭、娱乐、结伴自驾出游,都是他们喜欢的。一句话概括,“新生代”人群想要“活出味来”,而有滋有味的生活就讲究个“独乐乐不如众乐乐”,所以他们买车也是为了能给家人、朋友带来更多的快乐。

花同样的钱,拥有更多配置,更高的品质享受,便成为“新生代”人群第一辆车消费的关键。2652毫米的同级别超长轴距,使得301拥有出众的宽敞空间;从外观看,301的身材非常修长,超长轴距为保障车内宽敞空间奠定了基础;在安全保证方面,东风标致301提供ESC电子稳定控制系统、配备同级领先的四轮盘刹和4安全气囊等,提供防微杜渐的主动安全,保持车辆行驶中方向可控,更提高制动时行车安全。

同时,东风标致301还配备了一键式电动天窗、真皮座椅,以更加人性化的配置为用户驾乘带来更多的舒适感。免钥匙进入、一键启动、定速巡航、超速控制器等超级别配置,使得驾驭车辆更轻松。

北京商报记者 王万利

捷豹路虎推出冬季免检服务

寒冬已至,捷豹路虎日前向客户奉上了冬季关爱免费检测活动。据了解,为了使各位车主享受到更尊崇、更优质的服务,捷豹路虎此次特为捷豹和路虎车主提供独享的免费检测时间,其中捷豹车主是2013年12月1日~22日;路虎车主则被安排在了2013年12月28日~2014年1月30日。

捷豹路虎中国始终加大投入坚持优化服务质量,为回馈中国消费者的厚爱,本次冬季免检项目覆盖全国所有捷豹路虎授权经销商。不仅如此,提前预约到店进行免费检测的车主还将获得进店尊礼。与此同时,捷豹路虎提醒车主,及时更换适用于冬季特别气候的各种油液,并及时检查蓄电池、轮胎,以确保座驾在严寒的冬季也能一如既往地表现出色。

Acura(讴歌)全新MDX上市

12月7日,Acura(讴歌)性能与优雅巅峰之作全新MDX在全国特约店同步上市,MDX精英版售价73.9万元,MDX豪华版售价79.5万元。作为北美三排座豪华SUV市场的开拓者和领导者,MDX是Acura(讴歌)品牌的最畅销车型,全新MDX承载历代MDX车型的良好口碑,外观、内饰和性能全面升级。

MDX素有“三排七座豪华SUV顶级典范”之称,全新MDX搭载智能双屏手触显示系统、360°全景摄像头系统等丰富的智能配置,树立了智能豪华SUV的新标杆。作为Acura(讴歌)最重要的车型之一,全新MDX今年在北美上市以来,再次领跑竞争对手,连续数月蝉联北美豪华SUV细分市场销量冠军。全新MDX在中国的上市,不仅进一步扩大了Acura(讴歌)在中国市场的产品线,更有力地增强了品牌整体竞争力。

2014款奥德赛已全面到店

日前,2014款奥德赛在广汽本田全国特约销售服务店正式上市,样车也全部到店。在延续历代经典品质与核心价值的基础上,2014款奥德赛通过不断优化完善,在产品设计上注入更多的潮流元素,全系新增琥珀金外观色,豪华版新增黑色品质内饰可选,不仅进一步丰富了消费者的选择,更将以全新姿态再续其MPV市场的领航地位。

奥德赛品牌自2002年进入中国市场以来,已历经两代进化,并凭借出色的综合优势以及不断革新的技术融合,一直以来深受消费者青睐,以超过32万辆的累计销量稳居行业前茅。2014款奥德赛的“焕新”面世,不仅完成了对奥德赛品牌优质DNA的又一次沿袭,更为这一领航车型注入更丰富的时代元素,助力广汽本田在MPV市场取得更大突破。

北京商报记者 王万利/整理