

汽车后市场节后将升温

整车市场的逐渐回暖,带动了汽车后市场的快速升温。

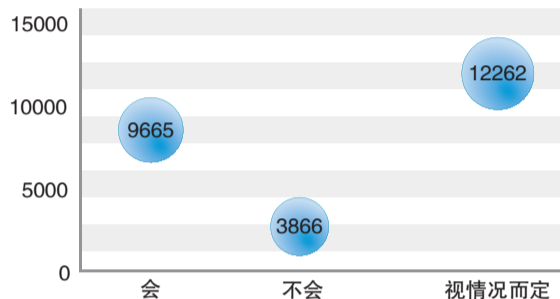
汽车保养、汽车美容、汽车维修等行业,“五一”期间终于有了起色。“没想到假期能恢复到去年同期的水平,一系列的售后服务呈现出直线上升趋势。”沃富林汽车音响市场总监林子告诉记者,后市场和汽车市场本来就是唇与齿的关系,唇亡齿寒,汽车市场不好,汽车后市场也难逃牵连,但4月份汽车消费的逐步释放,打破了汽车后市场慢热的僵局。

事实上,长期以来,相对于汽车销售的大幅增长,汽车后市场一直未能引起业内的足够重视。但是,自北京汽车采取限购措施后,汽车销售增长缓慢,不仅让汽车后市场行业一扫汽车附属产品“配角”的尴尬,而且吸引了各路而来的掘金者。

在西郊汽车用品市场,不仅很多新车在假期进行装饰和美容,不少旧车也在为换季采购用品。一位汽车装饰店的销售人员表示,随着气温转暖,汽车装饰也将迎来旺季。“仅



消费者汽车用品消费预期调查



数据来源:邓白氏研究(单位:人)

节前的一周,销售就超过了前三周数量的总和。”该销售人员这样对记者说。

汽车专家苏晖告诉记者,汽车文化的快速发展,汽车市场的日益成熟,汽车运动、汽车竞技、汽车休

闲、汽车娱乐、汽车俱乐部、汽车展会等都会有快速的发展,形成新的巨大的市场潜力。

因为整车销售的减少,很多4S店也把目光转向了汽车后市场,深谙此

道的各方正各尽所能进行服务转型,并采取了加强售后服务的策略。

奇瑞诚信达4S店总经理王长谦告诉记者,由于厂家对今年经销商的销售任务没有硬性要求,因此他在销售新车的同时,也在寻找更多的后市场商机。据王长谦透露,目前诚信达不仅开始了租赁业务,而且还做了轮胎代理,把后市场作为了发展的主营业务之一。

一家东风本田的负责人也表示,北京的限购政策出台之后,该店售后顾问的服务项目进一步增加,把服务流程做了一个大的培训和梳理,在后市场方面,不管是从人员还是从技术、流程上面,都做了一个大的提高。

苏晖表示,2010年中国汽车后市场已拥有4000亿元的巨大潜力。面对巨大的经济利益驱使,各大汽车厂商在整车销售上争夺异常激烈的同时,加上假期的拉动效应,汽车后市场有望在本月快速升温。

本报记者 蓝朝晖/文 宋媛媛/制表

· 热点 ·

大众举办“大众自造”畅想会



日前,由大众汽车品牌特别赞助、以“推动中国当代艺术”为核心的艺术北京2011·当代艺术博览会在北京全国农业展览馆新馆开幕。在展会期间,大众汽车品牌将以探索未来汽车无限创意的“大众自造”项目为主题,为广大艺术爱好者带来一次全新的互动体验,让艺术与技术再度碰撞出绚烂的火花,激发公众对生活、对未来汽车的创意灵感。

大众汽车集团(中国)大众品牌市场总监胡波表示:“参与和支持艺术事业是大众汽车长期坚持的传统,在中国市场也是如此。艺术北京是大众汽车在艺术领域的重要合作项目,经过五年的发展,它已成为中国当代艺术的一张重要名片,也让我们看到中国人的无限创意和对艺术的激情。”

大众汽车此次带来的“大众自造”项目,包括“大众自造”变形车——“动感桑巴”、“蓝色星球”、“超级骰子”等以全尺寸车型首度公开亮相,让人们形象化地感受到“大众自造”项目的创新主张,也将引发更多拥有汽车梦的人们打破固有思维的藩篱,畅想未来的出行方式。

据悉,通过这次畅想会,大众汽车向中国消费者展现了其对汽车创新不断追求的信念和对汽车工业在未来的美好构想,同时,大众汽车还推出了“大众自造”网络平台,为喜爱汽车的用户带来全新体验。

本报记者 蓝朝晖

四大车系“血拼”

中高级车打响“价值”大战

新车集中发力 中高级车战火已燃

众所周知,从去年开始中高级车市月均销量过万的车型不断增多,位居市场前列的车型差距日趋缩小,竞争愈发激烈,这样的情况推动了厂商加大中高级车的投入,使得今年的中高级车市颇有些“血拼”的味道。

一方面,全新天籁、2011款雅阁等主流中高级车型不断升级,发动机、变速箱等核心技术更加先进,配置更加豪华、舒适,在更高层次上满足消费者的用车需求。另一方面,中高级车市场迎来了更多重量级选手。东风悦达起亚和北京现代意图借助K5、第八代索纳塔提升品牌形象,让韩系车在中高级车市中占据一席之地。

而上海大众则推出全新帕萨特,同时一汽-大众的新一代迈腾也将于下半年亮相,显然大众希望能复制“群狼战术”在中高级车市上的成功。

不仅如此,欧系阵营也推出了标致508等全新车型,意图借新车发力,撬动2011年中高级车市场。种类繁多的新车不仅让消

2011年注定是中高级车“血拼”的一年。

K5、第八代索纳塔、全新帕萨特、东风标致508……众多重量级新车正以空前的高密度集中亮相,抢滩一直被日系三强全新天籁、雅阁和凯美瑞牢牢占据的中高级车市。一时间,日、欧、韩、美四系的中高级车大战已经悄然打响。



东风日产天籁



全新帕萨特



东风标致508



东风悦达起亚K5

费者感到目不暇接,也显示了市场竞争的激烈程度和厂商寸土必争的决心。

除了市场内部竞争不断升温,外部环境也推动市场热点不断向中高级车转移。对此,业内人士表示,随着小排量汽车消费利好政策的逐渐淡出,以及部分城市受限牌、限购等引发的消费升级热潮,不少消费者已经开始倾向于购车“一步到位”,这就让在品牌和产品价值方面更具优势的中高级车获得

了更大的市场蛋糕。可以预见,中高级车市在众多因素合力作用下,今年必将出现白热化竞争态势。

新老交战 价值渐成竞争核心

除了“血拼”之外,记者发现,“价值”正逐渐成为中高级车各大厂商强调的重点。

作为中高级车市的主流车型,全新天籁将舒适作为价值本质,凭借V6+CVT的卓越品质获得了“舒适之

王”的美誉;2011款雅阁将动感和质感提升带来的全方位感官享受作为价值核心;凯美瑞则打造了产品、品牌、服务三大价值。而新上市的全新帕萨特则将价值标准定义为外观、配置、内饰和驾乘舒适性。

对此行业专家认为,对厂商而言,中高级车的核心价值包括产品的技术、配置、服务等多个方面。但对于中高级车的消费者而言,中高级车的核心价值实质上是舒适。究

其原因,中高级车市场所面对的消费者的社会地位普遍较高、经济基础较好,他们更加注重享受生活。相比于冰冷的技术参数,舒适的驾乘感受对他们而言更为直观,也更加重要。

作为近年来增速最快的中高级车型之一,全新天籁的成功也证明了这一点。作为东风日产的旗舰车型,全新天籁不仅在驾乘舒适感受上为消费者留下了深刻印象,更实现了“全舒适”的品牌内涵。

全新天籁搭载的V6发动机是“技术日产”最先进的产品之一,在问世后的第二年就被首次评选年度发动机的美国权威媒体《Ward's Auto World》列入十佳行列,被誉为“地球上运转最平顺、动力最畅快的V6发动机”。从此,这款发动机便开启了一段光辉历程:连续14年获得全球“十佳发动机”殊荣,这一纪录至今未被打破。

目前全新天籁搭载的V6发动机,是日产全新第四代VQ发动机,它在以往的基础上再次进行了多达9项技术革新,拥有NICS可变进气控制系统、C-VTC连续可变气门正时智能控制、航天级的超低摩擦技术、自动平衡高刚性发动机缸体等尖端技术,是同级别中最具价值及技术含量的发动机。

业内人士表示,虽然全新车型在上市之初可以吸引广泛关注,但要想在竞争激烈的中高级车市中站稳脚跟,还需要市场和消费者的检验。在新一轮以价值为主导的市场竞争中,准确把握消费者脉搏的全新天籁已经占据了制高点。 本报记者 钱瑜 本版图片均由厂家提供