

2013秋季周口大型房车联展下月亮相

时间:9月6日至8日 地点:周口市体育场

□记者 杨运栋 侯国防

本报讯 今天的立秋,意味即将迎来收获的季节。记者昨日获悉,在这秋高气爽、硕果盈枝的美好时节,我们将迎来由周口报业传媒集团一年一度重磅推出的2013秋季周口大型房车联展。此次房车联展将于9月6日至8日在周口市体育场盛大开幕。有想购买心仪爱车的朋友,到时候千万不要错过这个大好机会!

传媒集团重磅推出

近几年,周口报业传媒集团始终不折不扣地履行着她的责任与使命,把服务和促进当地汽车行业快速健康发展当做义不容辞的社会责任。传媒集团主办的《周口日报》、《周口晚报》覆盖全市8县1市1区,是市民最喜爱的报纸,影响力甚广;周口市大型门户网站——中华龙都网,信息量大,点击率高;开办的《周口手机报》,订户数量逐年增加。

在多次成功举办大型活动和展会的基础上,周口报业传媒集团合理利用并整合强势媒体资源,倾力打造出每年春、秋两季的“大型房车联展”这一知名品牌,得到了业界及广大消费者的认可与好评。“大型房车联展”品牌效应已凸显在车市、楼市,成为相关行业的风向标,引领着这些行业的发展。

为在困境中寻求车市突围之路,助力周口车商冲刺年度目标,升温周口车市,为广大消费者搭建更好的选车购车平台,周口报业传媒集团定于9月6日至8日,在周口市体育场隆重举行2013秋季大型房车联展。

买车购房优惠空前

影响力决定一切。周口报业传媒集团每年主办的房车联展得到了众商家首肯。汽车经销商纷纷表示,报业集团举办的车展效果最好,不仅现场卖车多,更重要的是通过周口报业传媒集团的几个强势媒体,较好地宣传了品牌,扩大了影响力,有利于开发潜在市场。

本次房车联展以“圆梦金秋”为主题,主办方将举行隆重盛大的开幕式;组织宣传车辆市区巡游;举办品牌、车型推介会;举行汽车、模特摄影大赛;组织2000多名晚报小记者采风;出版《2013秋季周口车展特刊》等一系列活动。与此同时,在房车联展上,商家们都会竞相推出降价、让利等一系列优惠促销活动。

我们相信,随着周口车市的快速升温,越来越多的汽车品牌和车型相继入驻,消费者在这次展会中选择的空间会更大。同样,房产商们也会借这次展会,推出多种优惠措施,吸引购房者眼球,以较好的业绩提升下半年楼市。



2013春季房车联展现场。(资料图片)

福特 新蒙迪欧
FORD NEW MONDEO
科技·品位 闪耀人生

时代科技美学 撼动世界的目光

新蒙迪欧全国夺目预订

精湛造诣,彻底改观你的感官世界

对生活质感的追求,不是视觉、听觉或触觉,而是它们的总和。新蒙迪欧每一处精湛细节,从考虑材质接触你身体的质感,到关心你皮肤的温度,甚至设想你置身车内的氛围……都将愉悦你的末梢神经,把你的感官带到一个全新世界。

周口铭阳福特4S店
销售热线: 8501111 地址: 中州大道与太昊路交汇处南200米路西

Ford
进无止境

汽车经销行业进入3.0时代

时间进入2013年,北京大部分经销商的日子过得有些紧巴,特别是销售利润一降再降,销售零利润甚至赔钱卖车的也不在少数。而最近几周,受消费淡季等多种因素影响,部分车型售价再次下滑,这无疑又一次刺痛了经销商本已绷紧的神经。不可否认,随着经济水平的提高和汽车消费的日渐成熟,汽车经销行业进入了微利时代。与之相应的,大部分消费者购车从海选过渡到了定向选择,即竞争更多在同品牌间发生。所谓同品牌既有泛指,如德系、美系,也有精确指代,如大众、标致、现代。同品牌竞争在缩小目标客户群、减少沟通成本的同时,因同品牌间更了解导致竞争更激烈,并加速综合实力较弱的经销商退出。

以往,大多数消费者选车缺少准确目标,更多的是海选,而且很跳跃,这就为经销商们提供了“公平”竞争的机会。但近期有多位经销商负责人称,当下消费者选择目标越发明确,品牌认可度和忠诚度明显提高,如认准了德系,其他车系根本不考虑。正是这种现象加速了同品牌间的竞争,同时因同品牌间知己知彼,营销也更具针对性,竞争也更残酷。这必将加速汽车经销行业再次升级。

和大卖场升级为4S店改变了消费场所不同,同品牌间竞争提升的是汽车经销行业的经营理念,更多的改变是经营思路。这一改变给经销商带来了不小的冲击。首先,同品牌间因产品、营销、

售后等方面更加近似和趋同,竞争更多在细节方面展开,而目前大部分经销商缺乏的就是精细化管理和营销。由目前粗放式经营提升到精准营销,很多方面需要改变,如以往介绍产品全靠一张宣传图片,现在更多的是采用移动终端,立体展现。同样,这种改变也需要时间来试错,阵痛难以避免。逆水行舟不进则退,如果不能适时改变,被淘汰在所难免,特别是销售进入平稳期之后。

其次,随着同品牌竞争的日渐激烈,经销商作用将更加明显。目前,经销商的经营利润已经由销售贡献向售后贡献转变,售后及增值服务板块的比重逐渐增加。服务水平更多地考验经销商的管理能力,而只有服务好的经销商才能吸引更多的消费者。塑造经销的品牌只有一条路可走,就是把服务做好,做好车主的用车管家。而且,在现有4S店模式下,可以考虑发展多种模式来提高覆盖率,如快修店。当然,价格在一定阶段是经营利器,但要慎用,要知道伤敌一千,自损八百。

当然,目前同品牌竞争在一线城市表现更为明显,在三四线城市还要一个渐进的过程,但比一线城市进化得更快。此外,同品牌间竞争加剧不但促使经销商提升经营能力,对车企也提出了更高的要求,提供多样化的产品和提升产品品质,为经销商输送足够多的“炮弹”才能更好地吸引消费者,提升品牌忠诚度。

(何立军)

汽车消费
投诉热线

在汽车和旅游消费时,如果您的合法权益受到侵害,请拨打维权热线0394-8599345 投诉,本报将联合有关部门共同帮您维权。