

跨国车企争夺中国汽车“后市场”

本报综合消息 7月20日,一场为期10天的车展在有“中国底特律”之称的吉林省长春市闭幕,实现销售额42亿元人民币。在售出1.9万辆车的过程中,提供怎样的销售和售后服务成为各大车企竞争的新卖点。

“宝马在中国范围内针对常见的12项保养服务执行透明和统一的价格。未来售后服务的价格体系还将下调,易损件等配件价格也会下调。”在刚刚闭幕的第十一届中国(长春)国际汽车博览会现场,长春市内一家宝马品牌经销商的销售人员这样对消费者作出承诺。

近两年,跨国车企在中国市场竞争加剧,汽车价格在网络上也完全透明。为了保证销售量,只能将利润压缩到最低。而利润空间的压缩迫使车企从拼价格、拼技术到拼

服务,以争夺汽车销售领域的“后市场”。

这家宝马品牌经销商的销售内训师符宝亮对记者说,虽然宝马这样的强势品牌较少受到市场波动影响,但整体看来,近几年中国汽车销售的利润的确在下降。

“从2013年开始,厂商定额利润只能够维持运营,而厂商的服务和销售标准没有下降。如何拼服务抢市场是一个问题。”符宝亮说。

能够吸引更多消费者买车的金融服务是竞争重点之一。

与宝马一样,售价动辄数十万元人民币的奔驰汽车对于普通的中国消费者而言也有点遥不可及,而长春市某公司白领祝泓则通过租购刚刚开上了梦寐以求的奔驰汽车。未来2年内,他将按月支付“租车金”。

“在国外,大部分品牌都推出保值租购,国内还比较少见。”长春市内一家奔驰品牌经销商的销售主管单文超对记者说。

在保值租购项目中,消费者可以先交保证金,再按月交租金用车。到一定年限后,消费者可以自己决定是否还清尾款。如果还清,车就完全属于自己;选择不还清,就算租车。

在中国,不少汽车品牌经销商集团都建立了自己的售后服务中心,除了维修保养外,还提供汽车美容以及二手车等多项业务,以打造“大售后”的服务模式。

沃尔沃为了适应消费群体的年轻化趋势,开发出一系列与车有关的个性化服务。

长春市内一家沃尔沃汽车经销商的销售经理李松鑫介绍说,沃尔沃在保证安全性的基础上,为年轻消费者的车辆提升发动机

扭矩;在车辆外观方面,对汽车龙骨、保险杠进行有特点的外形改装。

二手车销售也成为各大汽车品牌角逐的新战场。单文超告诉记者,奔驰推出“新锐二手车”项目。“厂商给出了统一的标准,经销商进行全面的车况检测,严格把关车源。”很多厂家针对二手车还提供特殊服务,比如延长质保期、免费更换磨损件等。

置换销售也是二手车销售的新领域。在中国,越来越多的车主开旧车到经销商处,进行评估鉴定后,补差价就可以置换新车。

“竞争使得各品牌售后服务的价格也开始下降,并且不断提高差异化服务创新。”李松鑫说,在这样的趋势下,经过厂商授权的4S店有可能被淘汰,提供综合服务的“汽车超市”也许会应运而生。

(吴昊)

劲销 1100 台

东风标致万人团购会第二季圆满落幕

本报讯 造车125周年·十亿豪礼“钜”献——东风标致万人团购会第二季活动郑州站(7月19日)、洛阳站(7月20日)在上千名准车主和全省主流媒体的见证下圆满

落幕。

据了解,此次第二季万人团购会规模更甚于第一季,联动全省各城市,上千名客户乘坐专车从各市东风标致4S店来到活动

现场,共同参与了这场激情盛宴。东风标致携全系车型齐亮相,重磅推出抢购无底价的政策,现场订车越多,价格就越优惠,由现场所有准车主决定购车价格。每位准车主都有

一次抽取国外豪华旅游大奖的机会,还有额外赠送的千元筹码■参与现场游戏赢取超值礼包。

现场氛围热烈,客户购车热情高涨,国外豪华旅游大奖和形美质优的大礼包更让所有到场人员兴奋不已。两站活动最终以1100台的骄人战绩诠释了东风标致品牌实力。据悉已有百名中奖客户即将启程享受浪漫国外豪华游。

(王涵涛)

广汽 HONDA

Crosstour 歌诗图 | Accord 雅阁 | ODYSSEY 艾力绅 | CRIDER 凌派 | CITY 致悦 | FIT 飞度

周岁“凌”距离 全家一起“购” 给力钜惠 广汽本田全系团购会

活动时间：7月26日

活动当天订购任意车型且在7月31日前提车即送千元油卡
周年纪念版凌派优惠1.5万 雅阁直降3万 限量版歌诗图直降10万
理念2万贷回家 全系分期0手续费 全新商务奥德赛火热预订中

广汽本田周口得邦店 销售热线：0394—8908777 售后热线：0394—8908888 地址：周口市建设路与大庆路交叉口向东800米路北