

一汽-大众 销售热线: 2889 6666  
4S店地址: 宁波市鄞州区下应北路666号

### 中基奥迪



## 春节白相“不妥协” 一路畅快开雷凌

还记得当年风靡全国的“闪电标”事件吗?还记得雷厉风行的“闪电侠”雷凌吗?被誉为“丰田史上最具有操控性中级车”的雷凌,在春节即将到来之际,再次掀起购车热潮。其舒适空间与经济燃油特性,成为了宁波市民“出门白相”的不二之选。

### 操控“不妥协”,只选对的

别告诉我“有钱任性”是对现今80、90后年轻人的定义,其实年轻人心中操控性能才是王道。

那么雷凌在操控上的“不妥协”表现在哪方面呢?首先,平台优势上,雷凌基于丰田最先进的MC平台打造,该平台打造的车型最突出的特点是车体结构更坚固,操控性和可靠性更出色。

此外,在新MC平台基础上,针对中国消费者的情感需求和日常生活细节,进行了一系列的本土化改进,达到了“随时随地拥有优越灵动性和敏捷操控性”的效果。比如雷凌的悬挂系统各部件结构、刚度也被丰田工程师进一步优化,减震器阻尼被精心调校,使操控更稳定、乘坐更舒适、噪声震动也更小。

### 空间“不妥协”,只选舒适的

春节出游当然是长途跋涉,自驾游最看重的无疑是空间舒适了,而雷凌的“不妥协”最突出的莫过于空间上了。

雷凌车身长4630mm、宽1775mm、高1480mm,轴距为2700mm。超长轴距直逼中高级车,超长轴距给雷凌带来同级车中的顶级乘坐空间。后排地台平整化,为车内后排中间乘员提供了更为舒适的乘坐空



间,配合前排座椅的前后滑动距离,后排乘客的腿部空间媲美中高级车水准。前排座椅的新框架使座椅靠背更薄,为后面提供更大的膝部空间。

当然啦,雷凌拥有超大行李厢容积,对于春节出游或探亲所需大件行李也能轻松应对,甚至可以横放下高尔夫套装。

### 燃油“不妥协”,只选经济的

除了空间和操控优势明显,雷凌燃油性能的“不妥协”同样令人刮目相看。

雷凌拥有流畅充沛的动力输出,同时还兼具领先同级的低油耗表现。而其采用的“8速S-CVT超智能无级变速器”为雷凌带来了卓越的燃油经济性,功不可没。为适应中国复杂的交通状况,雷凌搭载的S-CVT变速箱,能够根据驾驶条件的不同,展现不一样的特性,既能安静而平顺,又能强劲而激动人心。

S-CVT变速箱不仅采用了最新的控制系统和柔性锁止控制技术,以有效利用传动系统,从而提升燃油经济性,更装备了油液加热器,可在发动机冷车行驶时迅速加热CVT油液以提高燃油经济性。

安然

## 更棒的消费体验 更好的衍生服务 更精准的互动 2015,车商奇招迭出 要与消费者“紧密黏合”



2015年的车市大幕已经拉开,如同不寻常的2014年车市一样,2015年的车市之于车商,之于消费者,都充满了变数。比如自今年1月1日起,《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》正式生效。该《意见》从政策层面打破了4S店的技术壁垒,将冲击着4S店的售后优势。政策层面的吹风,市场的变化,在新环境下,4S店将会出哪些招数“留客”?消费者来到4S店,会有什么新的体验呢?听听一些4S店是怎么说的吧。

### 给客户更棒的消费体验,让他们心生愉悦

宁波凯迪汽车总经理告诉记者,2015年,将在提升客户的消费体验上做文章。他说:“大部分客户之所以选择来4S店做维修和保养,就是出于对4S店的信任,以及更好的消费体验。同样是一件货品,在专卖店购买和在网上购买的价格可能不一样,感觉也是不一样的。专卖店里的店堂设计、服务人员的专业服务,会让客户心生愉悦,认为这件货品物有所值。作为4S店,就要以更细致的服务,体现差异化优势,这样,有需求时,他们

仍然会想到你。”

宁波凯迪为了让客户有更尊贵、更贴心的感受,在软硬件上都做了“加法”:丰富了客户休闲区域,客户在等待时,能有更私密的氛围;开辟了迷你小影院,让客户在等待过程中,感觉等待的时间大大缩短;提高客户的用餐标准,让客户在用餐时,感觉饭菜的精致和可口;客户进店,就能享受到服务人员递上的热烘烘的毛巾……通过细节的变化,潜移默化地提升客户对于4S店的认同感和归属感。

### 挖掘更多的衍生服务,应对卖车利润被压缩的现实

卖车的利润不断被压缩,是所有4S店所面临的现实。于是,深度挖掘后服务市场,做好衍生服务,已经成为车商们共同的选择。

剑光明汽车的负责人介绍,做好精品装潢,将是2015年的重要功课。要抓住更多的回头客,要想改变一些客户认为在4S店里消费“不划算”的观念,就要提供更高性价比的衍生服务。比如精品

装潢,就是值得挖掘的一块。公司会引入品质有保证,价格实惠,“比如比淘宝贵一点点”的产品,再配上店里专业的高素质服务,吸引更多的客户来店做精品装潢,相信将大有可为。

上海大众的一家经销商介绍,像按揭服务、汽车装潢等更多的衍生服务,值得细细挖掘,从而应对卖车利润被压缩的现实。

### 实行更精准的互动,增加与客户黏合度

2015年,与客户互动时,针对性将更强,互动会更频繁,从而牢牢地“黏”住客户,这是一些自主品牌车商的选择。

宁波盛硕祥和汽车销售服务有限公司有关负责人告诉记者,2015年,在提供更有吸引力的服务价格时,会增加与客户的互动,提供更多客户迫切需要的增值服务。就拿现在的客户俱乐部和讲座来说,不少车商倾向于“升级版”,比如自驾游、户外活动等;而事实上,一些“大众版”的增值服务,才是客户迫切需要的。公司2015年要做的一块内容,就是要为刚性需求的客户,提供更多实用性、操作性强的讲座。

事实上,一些客户在日常使用爱车的过程中,对爱车的“脾性和优点”并不

了解,他们仅仅使用了很少的功能;在处理行车过程中出现的状况时,有时会犯一些“很低级”的错误,比如手刹还没放下就行车上路了;比如轮胎瘪了,后备厢里有备胎,但是不知道怎么换;比如经常冷车启动;车辆涉水时,不知道如何处理……这些知识点都是常识,是新手上路时急需掌握的。所以,2015年,公司会请专业的人员,进行通俗的讲解,手把手教客户使用常用工具等,让客户能更好呵护自己的爱车,享受到更高质量的汽车生活。

一句话,既然政策层面的变化是大势所趋,那么作为4S店,唯有自己做得更好,更有吸引力,才能在竞争激烈、运营成本高、客户可能分流的大环境下,牢牢地抓住客户。记者 包佳/文 张峰/摄

## 2014车市亮榜 “三雄” 独占霸王地位

随着各大车企公布2014年乘用车销量数据,2014年乘用车销量榜单也见分晓。“车市三雄”一汽-大众、上海大众和上海通用分列前三,均超过170万辆销量。

2014年一汽-大众乘用车批售销量达到1780888辆,同比增长17.8%,其中12月份乘用车批售销量为138711辆。

上海大众汽车延续了一贯稳健的表现,2014年累计销量突破172.5万辆,同比增长13.1%,其中大众品牌累计销售144.2万辆,同比增长11.5%,旗下产品在各自细分市场也均处于前列。斯柯达品牌累计销售28.2万辆,同比增长22.1%。2014年12月27日,上海大众汽车迎来了第1200万辆轿车下线,再度刷新行业新纪录,成为国内首个产量突破1200万辆的轿车生产企业,这也为上海大众汽车2014年的产销表现画上了完美的句号。

上海通用汽车2014年乘用车批售销量为1723940辆,同比增长9.4%,如果算上进口车,年销售达1760158辆,再度刷新其年度销量纪录。其旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌分别销售919582辆、767076辆和73500辆。在刚过去的12月份,上海通用以销量198263辆的优异成绩,刷新了其单月销量的历史纪录,其中多款明星车型创下单月销量新高。

除了三强车企,其他进入榜单前十的主流车企也取得了不错的销售业绩。北京现代2014年乘用车批售销量1120048辆,同比增长8.7%。东风日产2014年批售销量951710辆,同比增长2.8%。上汽通用五菱2014年乘用车批售销量932614辆,同比增长56.3%。长安福



张峰 摄

特2014年乘用车批售销量同比增长18.0%至801603辆。长安汽车2014年自主品牌乘用车销量达到近72万辆,同比增长约四成。神龙汽车2014年整车销量创下704016辆新高,同比增幅高达28.0%。东风悦达起亚2014年批售销量646036辆,同比增长18.2%。

据新华社