

消费观念转变催生车市变局

崇尚一车多用 逸致大行其道

2012年5月24日,“多元趋势下 汽车消费观如何变”第二届家用汽车新趋势研讨会在北京成功举办。本届论坛邀请了国家信息中心信息资源开发部主任徐长明、清华大学中国与世界经济研究中心李稻葵、知名时装设计师马艳丽、央视主持人高潮东等各界精英共聚一堂,针对当下的用车环境以及能源局势,探讨更适合车市消费趋势的车型发展。

与会专家共同表示,迫于当前国内用车环境以及能源局势的紧张,汽车消费观念随之迎来了更加前瞻、理性的转变,而近年来车市格局也受到影响,催生了具备低油耗、低排放优势,同时兼具“一车多用”性能的FUV时尚多功能车逸致等新品车型,并且这种车型逐渐走向主流,一定程度上体现着未来车市消费趋势的方向。

社会用车环境呼吁“一车多能”

汽车作为大众消费品进入寻常百姓家将近二十年,随着用车需求的多样化,一个家庭拥有几款功用不同的汽车也变得普遍起来。然而,人们在享受汽车带来便利的同时,汽车引发的一些问题,如交通拥堵、环境污染、能源短缺等问题也日益凸显。

徐长明认为,在油价居高不下、中国油源供应风险大的情况下,支持引导购买和使用节能汽车,已经是迫在眉睫的大事。不少车企也捕捉到这个趋势,广汽丰田推出的FUV时尚多功能车逸致,综合了“轿车的燃油经济性与舒适性、MPV的大空间与多用途、城市SUV的时尚动感外观与高安全性”三种车型优势于一体。这款车搭载了“双VVT-i+CVT”铂金动

力组合,以及“ECO节油驾驶显示系统”等人性化智能配置,使其具备了MPV、SUV车型所难以企及的低油耗、低排放性能,符合当下用车能耗需求的特点,其市场前景十分值得期待。

与徐长明的观点不谋而合,李稻葵认为,购买汽车不仅是享受,更应承担相应的社会责任,节能环保、一车多能应该成为中国车主的选择。李稻葵认为,从社会经济的发展来看,中国人的可支配收入在持续上涨,反映在汽车行业就是汽车消费观在升级。整个汽车消费的需求,对品质的要求在提高。同时,随着中国经济的增长,城市化的速度在加快。未来在汽车需求上更多的是城市内部交通,而不是长途需要。

“三车一体”逸致领跑未来车市



然而,随着能源问题的日益凸显,同时车市进入缓步增长时期,中国车市已面临变革与挑战。未来中国汽车的出路在哪里?徐长明认为,第一是不限制但应该小型化;第二是燃油经济性比较好;第三要一车多用,一个车要既有轿车的舒适性又有MPV的多功能性。

广汽丰田善于捕捉市场动向,推出FUV逸致。逸致作为时尚多功能车型的代表,上市后引起了大批媒体及消费者的关注。该车的最大特点便是“三车一体”“一车多用”。在增速减缓的车市背景下,逸致这款车的特点更符合车市理性消费观的选择,即避免跟风的消费或者盲目的“面子”消费,选择更加适合家庭需求的汽车。特别在当下家庭生活方式日益多元化的趋势下,逸致的空间设计、能耗水平和安全配置,更加能够满足一个家庭当下以及未来的综合需求。我们可以看到,逸致2780mm的超长

轴距、32种变换方式的座椅,使其空间及灵活度上都已超越市场上热销的几款家用MPV、城市SUV;基于“双VVT-i发动机”搭配“CVT无极变速器”所形成的“铂金动力组合”、宽体低俯车身设计、ECO节油驾驶显示系统等,逸致低油耗表现堪比同级别家轿燃油经济性的水平;安全配置更是令人刮目相看,逸致全系标配中高级车才有的“TRC+VSC+HAC”主动安全系统,180G车型以上等级更是配置了包括窗帘式安全气囊在内的7个气囊。

事实上,在去年“回归实用——2011家用汽车发展新趋势研讨会”上,北京北辰亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉在演讲中就明确表示,FUV逸致是一款很好地平衡了“轿车、MPV、SUV”车型的多种功能新车型,一辆车就能满足多种需求。譬如之前,上班可能开轿车,周末外出郊游,可能开

SUV。但现在,不仅上班可以开FUV车型,商务接待和周末出游,也可以开FUV车型。等于省下了两辆车的钱,同时确保了生活和工作的便利性。而这也是现在当前适合汽车消费趋势的。

“我特喜欢全家人聚在一起坐在车里其乐融融的。”马艳丽告诉记者,“一些很少有机会讲的话题,都可以在这个空间里沟通,这就是非常人性化的设计。人性化的汽车是最受欢迎、最需要的。”

消费观念正在发生转变

尽管市场上既有符合时尚、环保、多能的产品,也有潜在需求客户,但在一些跨界人士看来,要想在短期内能激发这个市场并非易事。“大家的价值观还需要一个过程。”作为一个跨界人士,马艳丽告诉记者,她身边就有一些人,因为面子、炫富而选择了豪华车、大排量的车。

但她感觉汽车消费观念正在发生转变,更多的人开始思考:我需要什么车,这样的车对我来说意味着什么,作为普通的消费者的社会责任是什么,是不是考虑汽车对环境和社会会带来什么。“越来越务实和生活化”。

可以说,在外界用车环境的转变中,逸致这款集合轿车、MPV、SUV三种车型优势于一体的“一车多用”车型,给予了消费者转变用车理念较为理想的选择,契合了当前中国车市的全新消费趋势,其市场前景大有可为。 吴非

远看车市

经销商“哭穷”不如“炫富”

最近,有多位汽车厂家的老总或大区经理来南京进行市场调研;有承诺政策资金支持的、有做思想工作、也有提醒旗下经销商们不要乱说话的,但这似乎都改变不了大多数经销商老总不断地“哭穷”。

俗话说,会哭的孩子有奶吃。经销商们也熟谙此道。可仔细想想,卖车亏本的事情谁会干?经销商们集体“哭穷”无非就是赚多赚少的问题。卖新车不赚钱了,但维修、售后、保险、精品销售等等哪一样都可以把钱再挣回来。“哭穷”或许更多只是一种态度。

而反之,有些经销商在此时选择了另一种“炫富”——“对客户了解和市场的把握能力。”

“如果顾客服务不好,会造成94%顾客离去;因为没有解决顾客的问题,会造成89%顾客离去;每个不满意的顾客,平均会向9个亲友叙述不愉快的经验;在不满意的客户中有67%的客户要投诉;而通过较好的解决客户投诉,可挽回75%的顾客;如果能及时、效率高且表示出特别重视他,尽最大努力去解决了客户的投诉的,将有95%的顾客还会继续接受你的服务;而吸引一个新顾客是保持一个老顾客所花费用的5倍……”这不是出自某位汽车营销大师的讲义,而来源于南京某家汽车经销商经过多年积累分析而得出的数据库中。

张思远

在另一家4S店里,记者看到员工手册上对于“客户忠诚度”的详尽解读:“它会给我们带来:更高额的利润;重复的商业机会;更高的市场占有率;对其他客户的推荐;更短的销售周期。另外,当客户忠诚度不断上升,公司四分之三的营运成本就会相应下降;而且客户忠诚也给我们带来了利益,如:再次购买公司的产品或服务;客户向自己的亲朋好友和周围的人员,主动地推荐购买我们的产品或服务;选购同类产品或服务时,几乎没有选择其他品牌产品或服务的念头,自动拒绝其他品牌的诱惑;发现所购该品牌产品或服务的某些缺陷,或在使用中发现故障,能做到以谅解的心情主动向我们反馈信息,求得解决,不造成投诉……”

该店老总不无得意地告诉记者:这些内容都来自多年来卖车的切身体会,尽管大环境在随时变化,公司人员也在随时变换,但他坚信,由“小小的关心”开始,投入越深,收获越多。

因此记者认为,对客户了解和市场的把握能力,确实比一味哭穷重要,经销商保证自己的每个部门、每个环节都能够高效、准确、亲切地与客户打交道,不断积累客户经验,延伸客户的忠诚度,获得客户终身价值,才是真正的竞争优势。这也正是经销商的一种“炫富”资本。

卖二手车的关键词就是“诚新”

——专访江苏天泓诚新二手车公司总经理王宁

江苏天泓诚新二手车大卖场的店堂中放置着一面哈哈镜,原以为这面镜子是为了取悦车主小孩的,后来向该店员工打听才得知其中包含的深意:“这面镜子放在这里就是时刻提醒我们,什么都能变形,但诚信和服务标准不能走样,而上海通用的二手车经营理念就是‘诚’与‘新’,以诚复新。”而想出这个点子的人,正是江苏天泓诚新二手车公司总经理王宁。

今天的王宁不仅是江苏销售二手车的领军人物,在上海通用诚新二手车全国同行中也是翘楚,他担任总经理的二手车公司曾经连续八年获得上海通用五星级经销商称号,而上海通用诚新二手车同时也是全国同行业的翘楚。显然王宁就是这个行业的大腕。

卖二手车比卖新车更具挑战精神

2003年,王宁所在的江苏天泓给了他两个机会:一是去卖雪佛兰,一是去卖诚新二手车。王宁选择了后者。当时很多人就劝他,卖新车远比卖二手车要容易得多,何必自讨苦吃。王宁却有自己的想法:首先2002年起正值中国汽车市场的井喷时期,新车型、新品牌如雨后春笋般不断涌现,市场竞争愈发激烈,同时新车市场也相对趋于饱和,而二手车市场却是一大空白亟待发掘;其次,经营二手车业务更具有挑战性,也能更好地体现自己的想法与价值。

具有国家二手车高级评估师资格证的王宁,同时担任总



经理,但至今依然喜欢和他的评估师团队,一起对二手车进行评估。他粗算了一下说:“每年经我手评估的车辆不少于800台。”他告诉记者:“评估二手车最重要的就是经验,只有通过大量的实践才可能练就一双‘火眼金睛’,对客户的每台车都能给出客观评价。我们江苏天泓共有五位评估师,一名高级评估师和四名中级评估师。每台车的评估都是由我们自己这个团队完成。”王宁还特别强调:“我们的评估师只负责评估,销售有专门的人在做销售,真正做到了专业的人做专业的事,这点也是我们管理上的创新。每次根据车况先作出价格,然后再根据市场的行情作出调整,最后得出合理价格。”

诚新二手车,就是要做黄牛不肯做的事

消费者买二手车,最怕就是买到事故车。而在江苏天泓购买二手车,车主会得到一份

多达106项检测的专业报告,上面涵盖了关于所购车型的使用年限、行驶里程、有无发生事故乃至座椅表面烟头灼伤或污损、漆面有无划痕、划痕面积大小等多个方面,让车主对所购车型的“前世今生”了如指掌。

王宁认为,诚新二手车就是要做黄牛不肯,也做不来的事。他说:“制约二手车市场发展的根本因素就是行业标准还不规范,有些不良商家利用这点将事故车、问题车卖给消费者,直接使得二手车行业的整体形象下滑。而诚新二手车目前就是在通过不懈努力,确立自己的标准与规范,扭转消费者对二手车市场的不信任感。为此我们定期组织车主来展厅,由我们的专业评估师为其详细解释如何鉴别事故车、问题车的方法。而在销售过程中我们还会主动告诉消费者,哪里有碰擦,到什么程度;哪里做过漆,做得怎么样。再有就是公里数的问题,我们收购的每一台车的公里数,都是经过严格计算,有数据可查的。比如从脚踏板和门铰链及一些很细微的地方,都可以看出真实公里数。”

在刚刚过去的父亲节里,王宁还策划了一个“买辆二手车,送给父母亲”的主题活动,取得不错效果。谈到这个活动,王宁认为,随着汽车社会的进步,人们的用车观念正在转变,特别是随着二三十岁年轻人的成家立业,越来越多只有五六十岁的父母亲成为空巢老人,如何拓展父母亲的生活空间?到诚新二手车大卖场来买辆安全可靠而又经济实惠的二手车,送给他们或许是个不错的选择。 张思远 付蕾

高端访谈