

新民晚报 | 汽车周刊 / 车界车市

阿尔法·罗密欧:虚张声势能出奇兵?

上周,阿尔法·罗密欧发布官方消息,称其在天猫旗舰店首发的“首批专供中国市场的350台全新进口Giulia豪华运动轿车限量版Milano车型,正式上线仅33秒,已全部售罄”。

这一消息令人难以置信,毕竟汽车不同于其他商品,单说车辆售出的标准,除去开出增值税发票外,还要看上牌,否则所谓的销售数据仍有可能是批发数,算不得终端销售。所以说,350台神速售出,不得不感慨财务人员开发票之神速,也感慨上牌工作人员之神速,尤其感慨北京、上海、深圳、广州的车主,手持车牌和40多万元的人民币静候天猫首发,此等痴情可歌可泣。

可细细翻看其天猫旗舰店,才知道售罄的并非是售价43万元多的

新车,而是标价8888元的新车购买资格。而后在被戏称为淘宝垃圾桶的闲鱼网站,有好几个购车资格转让,分别发布于广州、重庆、台州、上海、天津等地,加价2000元到1万元不等,有卖家直言,是帮4S店朋友购买的,还有卖家表示有大量购买资格,价格可面议,但应者寥寥无几。

此售罄非彼售罄。随即本刊致电阿尔法·罗密欧相关人士,对方表示目前不排除有转让购车资格的可能,也不知道天猫的“七天无理由退换”在此是否适用,最终数据还要过段时间才能统计出来。

那么,之前售罄又作何解?虚张声势到底为哪般?

阿尔法·罗密欧是中国汽车市场的新入者,以优异性能著称,有着

百余年的悠久品牌历史。可很多时候性能卓越和历史悠久并不能打动消费者。此次首发的Giulia系列,在美国3.899万美元起售,与宝马3系在美的售价相差无几。但在年销量上,它与宝马有着云泥之别,2014年,阿尔法·罗密欧整个品牌的销量不足7万台,主要依赖欧洲市场,其实从2008年开始,其销量始终处于下滑状态。但背靠菲亚特集团,阿尔法·罗密欧非常有勇气提出小目标,此前有消息称,它计划2018年在华销量突破8万台。

然而,中国消费者极其务实。买车,必须品牌足够响亮,奥迪、宝马、奔驰是很多有钱人的购车首选,所以很多二线豪华品牌,如凯迪拉克、雷克萨斯、捷豹路虎、英菲尼迪等,

都想拼死拼活争个一线以求出人头地,只是,真的很难;其次,车内空间要足够大,好多车系的加长版都是特供中国市场,内饰品质要足够好,至于性能,呵呵,大家更愿意先聊聊空间、配置和价格。

再者,在车辆质量上,阿尔法·罗密欧似乎有点不靠谱。曾有香港代理曝出,阿尔法·罗密欧存在很多质量问题,例如因为散热功能不是很好而导致水箱中的水常常过热沸腾,最终使得发动机熄火;车内的装潢一点都不精致,电器质量更是出奇的低劣,其中空调甚至常常出现问题。美国的一些车主反映,零附件不是通用件,就连机油都不是一般市面上常见的。这些,都是中国消费者最难忍受的事情。

另外,目前阿尔法·罗密欧借道国内玛莎拉蒂渠道销售,以后会慢慢自建网络。中国有一句古话:兵马未动,粮草先行。建几家4S店对于一个品牌来说应该不是难事,之前有合资品牌,首款车还未上市,4S店却早早建好验收,万事俱备只等东风。可作为一个豪华品牌,渠道建设速度这么慢,慢到只能先上网卖购车资格,也是挺难得的,投资者对阿尔法·罗密欧的信心可见一斑。

来得晚、品牌认知度低,打性能牌,长得又极具个性,连自家代理都公开说质量不靠谱,只能说,阿尔法·罗密欧是天生的小众命,在中国市场追逐销量突破恐非易事,此次首发偷换概念、虚张声势,只怕日后难收场。既然如此,还不如爱惜羽毛,入乡随俗、脚踏实地更能迎来好口碑。

同时,祝愿闲鱼上的那些黄牛没把购车资格砸在自己手里。姚琼

探路三年,车享创汽车电商新模式

作为国内首个“全生命周期”O2O汽车电商平台,车享即将迎来其三岁生日。三年来,以整车销售为主而入局汽车电商的车享,不断完善汽车消费“全生命周期”业务布局,并先后推出“车享家”和“车享家APP”,真正打通汽车消费的线上与线下服务,逐步建立起独树一帜的“新车享模式”,以“行业领头羊”的姿势,为用户打造更有价值的消费体验,将改写汽车电商行业现有格局。

为回馈新老用户,今年的“车享328周年庆”活动聚焦车主及其家庭的切实汽车消费需求,在新车定制、养车用车及二手车买卖等领域齐齐发力,通过“价格打折但价值不打折”的服务,营造健康、舒适的全生命周期用车体验。

电商想得多 车主才能“享”得多

随着汽车电商之间的“价格战”愈演愈烈,各种降价促销活动让人眼花缭乱。不过,汽车电商自砍砍刀,消费者却未必领情。说到底,一味降价让利不过是“走肾”的上下策,而贴合用户需求、想多一点的产品和服务才是“走心”的上上之选。

本次“车享328周年庆”,围绕用户的“有车生活”推出一系列“定位精准”、“覆盖用车全生命周期”线上活动:针对80后、85后“小太阳家庭”的用车刚需,新车会场“享定制”专区推出多款定制新车,提供多项环保健康的高科技前装定制配置、儿童安全优惠套餐等,更有丰富的购车超值礼包和超值现金券,让“奶爸辣妈”们称心买车、放心用车;“享特价”专区囊括上汽旗下多个品牌的多款特价车型,“1元下订单豪礼享不停”、微信关注“车享新车”赢取3000元超级购车券等活动让购车实惠再升级;车享家会场推出“春季爱车养护包”、“雨季防护包”等多项钜惠养车套餐,还有超值折上折的会员卡充值套餐,打包解决换季养车的诸多问题;二手车会场还有“买二手车送2000元车享家会员卡”等实惠活动,让用户换车也能享好礼。

此外,车主还可通过“车享家APP”实现移动终端的交互体验,可随时随地帮助用户解决与车相关的各类需求。“车享家APP”囊括了新车选购、养车修车、买卖二手车等由车享平台提供的汽车服务,不仅如此,还能支持养车、修车乃至道路救援等一键预约服务,更加符合移动互联网时代的用户消费习惯,也真正将车享平台的“一站式”服务打通夯实。此外,下载“车享家APP”的新用户还可享受“新手礼包”、“天天红包”等双重大礼。

新车享模式 重塑消费新价值

互联网已经成为人类生活不可或缺的基础设施,线上、线下和物流结合在一起的新零售,无疑也将成为汽车电商的全新经济增长点。新模式的核心,则是为消费者提供“随时随地多场景的新消费体验”。

车源的获取和线下服务始终是许多汽车电商平台的硬伤。从这点来说,“车享家”与“车享家APP”贯穿线上预定与线下服务的新车享生态模式,真正实现不同场景之间的切换,在向新零售形式转型上具备“先天优势”。除了洗车、养车、检修和美容等汽车后市场业务的“标配”,部分地区车享家门店还提供专人上门取送车服务;更有紧急救援、星夜救援等人性化道路救援服务,让用户从此跟“道路抛锚求救无门”的窘境说再见。

自2015年“车享家”这一具有上品质的售后服务直营品牌推出以来,线下网络布局快速发展,目前全国门店已超过800家,上海地区更达到120家,而在今年年底之前,“车享家”还将增至1500家直营门店,并辐射至全国近百座城市。

作为中国最大的“一站式汽车生活服务平台”,车享通过线上“享定制”、“二手车”、“金融”和线下“车享家”的深度融合,并通过数据打通,开创了最具价值的汽车电商生态模式——新车享模式。我们有理由相信,中国汽车电商由传统零售向新零售形式的转型升级,或将从“新车享模式”开始,而本次“车享328周年庆”无疑将成为车享成长脉络中的又一里程碑。

余音

经典焕新 全新悦动六城同步上市



北京现代新一代中级车悦动5款1.6L排量车型上周在全国六城同步上市,售价7.99万-11.59万元。全新悦动在传承悦动经典品质和品牌口碑的基础上,通过多项参数的大幅提升,以“全面超越的经典家轿”的定位,满足年轻人对家庭第一辆车的实用、舒适和安全、经济的需求。

全新悦动上市后将和领动一起组成家轿“双子星”,继续巩固和扩大北京现代在C级市场的竞争力和领先优势。选择全新悦动的用户,不仅能享受到两年百分百免息的超值金融礼遇,以更低的首付和更低的月供轻松购车;同时,北京现代还将赠送高达百万保额的商业车险,让消费者用车无忧。

3月21日,一汽丰田“无所畏,更有趣——VIOS FS七城趣玩之夜”发布会在苏州、东莞、济南、西安、郑州、成都、哈尔滨7大城市盛大举行,宣告了一汽丰田年轻化战略与小型车战略下的第一款两厢车威驰FS的正式上市。威驰FS共带来1.3L及1.5L两种动力共计8款车型,售价区间为6.98万-10.98万元。

威驰FS的前脸采用Keen Look锋锐设计,潮派十足。车身曲线流畅而富有张力,车尾C柱采用隐藏式设计,打造出动感的悬浮式车顶效果。长达2550mm的轴距,给用户预留了充分的发挥空间。全系标配的6:4分割可倒式后排座椅,可完全打通后备箱和后排空间,更能轻松装下大尺寸物件。

除了搭载EPS电子助力转向系统、

一汽丰田威驰FS趣玩上市



ABS制动防抱死系统之外,威驰FS还全系标配了VSC车身稳定性控制系统、TRC牵引力控制系统、HAC上坡辅助功能等领先同级的主动安全配置。威驰FS配备双VVT-i NR系列发

动机与8速S-CVT超智能无级变速器,还配备了同级罕见的TOYOTA SMART STOP智能节油启停系统,在给用户带来超越同级的驾驶体验的同时,实现更高的燃油经济性。



国内SUV市场即将迎来一位强有力的竞争者。上汽斯柯达全新SUV柯迪亚克3月21日正式启动预售,并将于4月19日上市。

柯迪亚克整车散发着大气硬朗的气息,充满力量感。该车拥有同级最宽的车身和最长轴距,除了常规5座车型外,还有7座车型。柯迪亚克搭载了最新的第三代EA888系列涡轮增压发动机,共有1.8TSI和2.0TSI两种排量,全系匹配7挡湿式DSG双离合变速箱。宝龙

保时捷售后服务体验会启动

3月24日,保时捷“使命质造”售后服务体验会在上海浦东保时捷中心举行,旨在向客户阐释原装配件和定期保养对车辆可靠性和安全出行的重要性。保时捷售后服务的最大特点之一,是采用符合保时捷全球统一质量标准的原装配件,确保客户的爱车始终原汁原味、血统纯正。更重要的是,原装配件为车辆带来最佳安全性和可靠性,例如,机油品质的好坏会影响发动机的性能表现、油耗和二氧化碳排放。合格的机油能保证发动机功能正常,并保护数百个复杂运动零部件免受磨损、腐蚀、粉尘和积碳侵害。

与此同时,对车辆进行定期专业的维护和保养,将确保车辆上所有系统和零部件能够持久协同运行,从而使车辆达到百分百的驾驶性能。姚琼