

金领结售后服务“马上”升级 “UCLUB”雪佛兰车主俱乐部上线

出差旅行爱车交接专人托管并免费享受机场接送、车辆事故专人负责维修跟进、网上购物还能获得积分、兑换保养券和定制心愿礼单……现在,身为雪佛兰车主的你将能够享受到更加全面“U”质的服务。

马年来临之际,雪佛兰金领结售后服务迎新升级——“UCLUB”雪佛兰车主俱乐部近日正式上线。它秉承雪佛兰金领结服务“懂车更懂你”的品牌理念,将为国内雪佛兰车主提供更加贴心的增值服务。即日起,UCLUB 雪佛兰车主俱乐部首期会员开放申请,先期面向全国 46 个城市的科迈罗、科帕奇及迈锐宝等车主开展试点,覆盖主要的一、二线城市。首批相关车型车主只需前往指定的上海通用汽车雪佛兰官方授权经销商,按规定填写并提交报名资料即可成为会员,凭会员卡享受更加便利轻松的用车养车体验,并获得与衣食住行相关的系列增值生活服务。

UCLUB 雪佛兰车主俱乐部会员可畅享众多会员权益,其中最为核心的则是包括事故车协助处理、维修保养上门接送车、机场接送与出行“车管家”在内的“车服务”。当会员偶遇事故,一个电话,4S 店售后就可有专人为您代办车损相关处理事宜,省时省心;



对银卡以上会员,当车辆需要保养时,您足不出户也可以轻松搞定,电话预约即可有专人上门取车;如果您是金卡会员并时常外出,在出差前还可将车开到 4S 店进行“托管”,并由服务人员送您前往机场;如果出行时间较长,服务人员还将在出行期间提供车辆清洁、通风干燥、定期点火等维护,让车辆始终保持良好状态。这三大核心车服务的推出能够让雪佛兰车主在车辆维修保养方面“动口不动手”,一个电话就能轻松搞定。

此外,UCLUB 雪佛兰车主俱乐部会员还可在同期上线的国内首家汽车品牌在线商城——UCLUB 雪佛兰在线商城(http://uclub.mysgm.com.cn)随心进行积分兑换。作为围绕会员车主全方位生活需求而打造的在线商品及服务消费平台,雪佛兰在线商城不仅提供多达 14 大类、上万种商品的在线消费及服务,同时为会员开放专属的积分消费渠道,会员在雪佛兰经销商

维修保养或在商城消费时都可获得积分,并在网上商城兑换维修保养券;同时,面对紧缺的商品,会员可以发起 Wishlist 的心愿清单,当需求的会员人数达到特定数量,商城将在第一时间补货,满足会员的购物需求,会员也可以在商城兑换相关的维修保养抵用券,并在线下经销商店内兑换相关增值服务。

为使车主会员在日常生活中通过手机更便利地一键直通 UCLUB 服务,雪佛兰智能手机应用“MyChevy”实时开启 UCLUB 服务板块,车主俱乐部微信服务号“uclub_chevy”也同步开通。UCLUB 雪佛兰车主俱乐部是雪佛兰基于对年轻人的洞察而创建的重要服务平台,对于当前国内近 300 万雪佛兰车主来说,“懂车更懂你”的雪佛兰金领结服务正在超越一般意义的修车养车,成为陪伴车主构建高品质有车生活的知心伙伴,给予车友更丰富细致的人文关怀。

对客户“厚道”是最好的营销 东风日产天籁 2013 年强势“抢镜”



2013 年,政策频出、变革不断、热点迭起,人人争着“上头条”。作为中国车市的领军企业,东风日产 2013 年也凭借“非凡身手”长期霸占各大媒体相关板块的头条。其中出镜率最高的,当属东风日产旗舰车型——天籁。

东风日产天籁之所以在整个 2013 年强势“抢镜”,有人认为是其刚刚更新换代;有人认为是其举办了一系列抢眼而有效的营销活动;但东风日产市场销售总部副部长杨嵩则认为,对客户“厚道”才是天籁 2013 年所向披靡的“利剑”。

“消费者都是聪明人,只有让他们深切感受到你的诚意,让他们领会到你的厚道,继而心甘情愿为你买单,你才能在这个市场上长久立足。”杨嵩说道。

2013 年 3 月 18 日,新

世代天籁璀璨上市,凭借出类拔萃的产品力、诚意十足的价格力和服务力,上市仅 40 天销量直逼 1.8 万辆,打破天籁品牌“慢热”的传统。在 2013 年,新世代天籁全年累计销量更达 106220 辆,月均破万辆。而天籁在销量逐步攀升的同时,价格依然非常坚挺。

众所周知,中高级车市场随着竞争日趋“白热化”,众多主流车型不惜以“降价”吸引消费者眼球,增强竞争力。在此背景下,天籁依然坚守价格底线,信守“一步到位”的定价承诺,依靠产品力和为消费者带来的价值,屹立于市场潮流前端。

随着消费观念的成熟以及对车的了解愈发深入,消费者对于车的价格具有非常清晰而透彻的认识。传统意义上,通过“挤海绵”的方式,逐步降低价格保持热销的花

招,早已被消费者识破。

为此,新世代天籁在上市之初,便直接通过“榨汁机”式的方式,将价值一次性回馈给消费者。凭借产品、价格和售后服务,新世代天籁使“大招”征服了 2013 年的中高级车市场。

与此同时,天籁品牌更以创新服务模式“天籁行动”及“公爵礼遇”为消费者创造看得见、摸得着的价值,在市场和消费者当中逐渐树立起“天籁价值”的口碑。

有业内人士曾计算,“天籁行动”为消费者创造的天籁价值,高达 3.7 万元;而“公爵礼遇”为消费者创造的价值,也超过 2.5 万元。

“与其使用各种‘花招’赢取消费者短暂的关注,不如使出真正下功夫、用心思的‘大招’,为消费者创造看得见、摸得着的价值。”杨嵩说道。

元月沪籍车上牌近 3.6 万辆

今年元月,上海汽车上沪籍牌照 35971 辆,月环比大涨 29.88%,同比微跌 2.62%;进口小客车(含轿车)、小型客车(除轿车)和大型客车的沪籍牌照上牌量,月度环比和同比,均呈两位数增长。这是上海市信息中心汽车产业研究室日前披露的新年开局月度信息。

国产轿车元月上牌 19501 辆,环比大涨 32.80%,同比下降 14.98%。

各类车型轿车上牌量,环比两位数增长,同比全是程度不一下降。具体上牌情况:豪华型轿车 1507 辆,中高级轿车 6084 辆,中级轿车 7138 辆,普及型轿车 4516 辆,微型轿车 256 辆。

国产小型客车(除轿车)元月上牌 7990 辆,环比和同比分别增长 34.78% 和 22.92%。其中 MPV 为 1848 辆,环比增长 31.25%,同比下降 4.0%;

SUV 为 5182 辆,环比和同比分别增长 42.87% 和 44.35%;一般小客车 960 辆,环比低增 7.50%,同比微跌 2.54%。

进口小客车(含轿车)元月上牌 5086 辆,环比和同比分别增长 48.50% 和 12.57%。法国车上牌量环比和同比都为下降,德国车和美国车上牌量同比有微弱下挫,其他国别车的环比和同比为程度不一的增长。具体国别车上牌,德

国车 2354 辆、日本车 829 辆、美国车 690 辆、英国车 618 辆、瑞典车 301 辆、法国、97 辆、韩国车 91 辆、意大利车 64 辆,捷克车 41 辆、荷兰车 1 辆。

其他车元月上牌,大型客车 978 辆,环比增长 29.95%,同比增长 44.04%;小型货车 1067 辆,环比下降 13.04%,同比增长 45.57%;大型货车 1349 辆,环比下降 16.83%,同比下降 20.88%。 川页

比亚迪新 F3 北京车展上市

据比亚迪官方透露,其经典中级车比亚迪 F3 即将推出全新换代车型。新 F3 既传承老款的经济实用性,同时在外观、动力、配置等方面升级创新,不仅造型更动感,还将搭载 1.5TI 涡轮增压发动机及一系列人性化智能配置。据悉,新 F3 有望在 2014 年北京国际车展上市。

从比亚迪去年推出的颇受市场追捧的思锐、秦两款车型来看,比亚迪的车型设计已臻成熟,并逐渐形成了自己独特的风格。据曝光的官方照来看,新 F3 的造型融入了更多“科技”与“活力”的元素。另据了解,除原有的 1.5L+MT、1.5L+DCT 两种动力配置外,新 F3 将新增 1.5TI 涡轮增压发动机,配以 6 速手动变速器,带来更充沛的动力体验。安全配置方面,新 F3 将搭载 ESP 车身稳定控制系统,这也是同级车型中唯一配备此配置的车型。此外,新 F3 还将搭载更多人性化的智能科技配置,如同级车型罕见的车载蓝牙、车载电视和倒车影像等功能,更配备有语音电子导航系统。 江美



安吉星活跃用户数突破七十万

上海安吉星在中国大陆地区的活跃用户数量日前正式突破 70 万大关,一年间增长了 40%。作为车载信息服务行业的领导者,上海安吉星凭借产品功能及服务质量的提升,成为中国车联网市场飞速发展的助推器。

2013 年,随着新服务“我的车辆位置”及“社交分享”手机应用的推出,上海安吉星率先将车载系统与手机、社交平台相结合,加强了用户间的互动性。“电子眼提醒”及“实时路况导航”功能的推出,代表了安吉星在音控领航服务领域的升级。“被盗车辆启动限制”、“被盗车辆远程减速”及“医疗协助”服务强化了安吉星安保方面的优势。 朝晖

上汽开启“MPV 双雄”时代

作为上汽集团的又一款具有行业标杆意义的 MPV 力作,上汽大通“全领域 MPV”G10 将于近期正式上市,与 V80 实现“两翼并举”的产品格局,在中高端商用车市场形成强大的合力。

上汽大通 G10 装配了领先于同级的豪华天幕式全景电动天窗、无钥匙进入、一键式启动系统、自动感应雨刮、

AFS HID 自动感应氙气大灯等配置,并搭载拥有 165kw 超高功率的上汽新一代 2.0T 高效涡轮增压发动机,拥有人性化的车内超大空间。有业内人士评论称:当年 GL8 在中国开拓出 MPV 这一全新的细分市场,上汽大通 G10 只要定价合理,有望与 GL8 共同开启国内中高端 MPV 市场的“双雄时代”。 尚奇



2014 款奥迪 A7 浪漫上市

被称为奥迪家族中最具浪漫情调车型的奥迪 A7 Sportback,于 2 月 14 日正式上市了 2014 年车型,2014 款车型由 2013 年型的 4 款增加至 5 款,售价从之前的 69.80 万-95.80 万元调整为 62.80 万-95.80 万元。相比之前,2014 年型所有车型的配置均大幅提升。

奥迪 A7 Sportback 的设计融合了双门轿跑车的优雅、四门轿车的舒适以及旅行车的实用性。其车身表面处理简洁、硬朗,每一处都展现出融合科技与时尚的美学特性,也被誉为近年来“最美的奥迪”。

根据市场调研的反馈,一汽-大众奥迪调整了奥迪 A7 Sportback 2014 年型的产品结构:取消原 30 FSI 标准型,增加 30 FSI 时尚型和进取型;取消原 35 FSI quattro 进取型,增加 35 FSI quattro 技术型;原 50 TFSI quattro 舒适型和豪华型仍保留不变。相应地,全系车型的价格区间从之前的 69.80 至 95.80 万元调整为 62.80 至 95.80 万元。 阿晖