

带上坚持 再追梦

我市汽车行业相关人士新春寄语

记者 陈丹丹

2015年,对于我市汽车行业的发展具有阶段性意义。这一年,我市新增汽车34666辆,全市机动车保有量已超过43万辆;这一年,在政策引导下,新能源、“互联网+”概念如火如荼;这一年,“官降”、“SUV潮”等长期占据行业热搜头条……

2016年,我市汽车行业将站在新的起点,迈向新的目标。

汽车梦是美好的,汽车人的期待是真诚的,本报特别邀请部分业内人士寄语新春车市,祝猴年车市兴旺。

把握市场脉搏,直面挑战

市汽车流通行业协会秘书长 俞经照

受国家经济增长缓慢等因素影响,我市汽车市场目前增速趋缓,现有模式正面临巨大挑战,经销商不但要面对库存高企、需求不旺、产能过剩等问题,同时还将面临主体多元化竞争的局面,生存和发展受到来自多个方面的挑战。

2015年,在上级有关部门的正确领导、社会各界的帮助、各会员单位的大力支持和积极配合下,我们克服困难,总结经验,开展各类有益于行业企业发展的活动,取得了一定的成绩,得到了社会各界的广泛好评,这不仅促进了行业健康有序蓬勃发展,还提升了汽车行业在我市经济发展和城市建设中的知名度和影响力。

2016年,面对新的形势、新的局面,加快协会发展、发挥协会作用是今后协会工作的主要目标。我们要牢牢把握市场脉搏,推动行业发展,通过积极开展各类活动,加强会员单位联系,努力把协会建设成政府信赖、会员信任、消费者满意的行业组织。

用媒体的力量为车主发声维权

市消保委瑞安日报汽车消费维权联络站站长 丁圣勇

2015年5月,市消保委瑞安日报消费维权联络站成立,开始试水汽车行业消费维权。通过联络站,你可以吐槽汽车消费过程中的各种“憋屈”、“坑爹”、“不靠谱”的事儿,你也可以表达对推诿责任的4S店和避重就轻的汽车厂商的愤怒谴责,还可以发声控诉那些看不到的“潜规则”和自家那辆怎么也修不好的车。而我们,将用媒体的力量为车主发声维权!

运行9个多月以来,联络站共接受消费者各类咨询近百人次,通过受理投诉10余起,同时发布消费维权警示20多期。

2016年,联络站计划邀请专业的汽车技术人员担任技术鉴定顾问,以及组建公益律师团,为消费者提供律师免费咨询,深入推进开放式维权,搭建起消费者、商家和维权部门三方维权“桥梁”。

打造为车主而生的汽车服务新模式

车元素 汽车服务体验中心总经理 傅衍丰

随着私家车保有量的持续增长,汽车服务后市场的发展空间日益扩大,有车一族对汽车服务的需求将持续旺盛。“车元素”正是结合了互联网、客户需求和汽车服务自身优势下的产物。

2015年,是“车元素”在瑞安汽车服务后市场崭露头角的一年。在“车元素”,车主可以用平民化的价格,享受到专业汽车4S店的服务。秉持着全新的服务理念,“车元素”正推动汽车服务后市场往快餐式、平民化转变。同时与汽车4S店的专业技术、设备、场地等相结合,将双方的优势资源重新组合,助力汽车4S店转型发展。

目前,瑞安汽车服务后市场企业依旧“小而散”,“车元素”将进一步拓展用户数量,提升市场占有率,提升产品附加值,与车主共同探索规模化、标准化、专业化的汽车服务后市场发展之路。

2016年,将继续是奔驰年

瑞安红升奔驰4S店总经理 徐晓萍

2015年是奔驰年,这一年奔驰全国总共销售了37.35万辆,超额完成年初预测的30万辆目标。与此同时,这一成绩还使中国超过美国,成为了奔驰全球最大的单一市场。2015年,奔驰依旧是国内豪华品牌销量排行的第三名,但其32.6%的增幅水平却远超同级品牌。温州作为汽车发展风向标城市,2015年奔驰上牌量4256辆,同比增长27%。其中,瑞安红升奔驰4S店完成了1280台,占温州市场30%份额。

2016年,将继续是奔驰年,SUV将是奔驰销售增长的主要贡献者,GLC现在处于供不应求的状态,全新梅赛德斯-奔驰E级轿车将要上市。2016年更是质量年,我们将规范和优化市场运营管理体系,提高客户满意度,提升市场份额,创造更具挑战的销售佳绩。

百年宝马,与您携手共赢

瑞安宝隆宝马4S店市场经理 李云波

2015年,宝马汽车在瑞市场占有率进一步提升,旗下车型表现抢眼,其中兼具商务用途和家用需求的宝马5系占总销量的40%,宝马2系、宝马7系等新产品的上市与亮相,市场反响强烈,专为中国市场开发和生产的X系列车型销量稳定。此外,更有众多车型加入智能互联元素,全面展示了宝马创新精神与进取理念。

2016年,宝马将迎来品牌诞生百年华诞。经过百年积淀的宝马汽车将整装再踏新征程,计划推出一系列增加盈利能力的举措,包括推进本土化进程、强化品牌领导地位,开拓售后服务、金融服务等,通过更高性价比的产品、更接地气的创新营销,在瑞安市场全面发力。

不仅仅只卖车,还要卖服务

东风日产瑞安东晨专营店总经理 林德芳

回望2015年,市场竞争加剧导致利润空间收窄,行业增速放缓,这是考验,更是机遇。正是在这样的背景下,瑞安东晨静下心来做经营,凭借新轩逸、新奇骏、天籁三款超人气明星产品,以及新楼兰、蓝鸟等新车的陆续上市,在中级家轿市场、中高级车市场和SUV市场的地位日益稳固。

这一切,都缘于东风日产对产品和服务近乎严苛的追求。我们始终认为,“新常态”下的车企,不仅仅只卖车,还要卖服务,唯有做精产品、做细服务,拉长客户生命周期,才能收获市场的认可。

2016年,瑞安东晨将致力于客户关系管理,加强品牌信赖感,提升客户满意度。品牌经营方面,我们将不断推出实用购车优惠计划,丰富顾客购车和用车渠道;售后服务方面,我们将优化快修预约服务流程、设计更人性化的保养套餐、丰富车主俱乐部活动,开展爱车大讲堂,让东风日产车主充分享受到贵宾级的待遇。

2016

