

# 6月 省会车市现营销潮

按以往经验,每年的6月份都是汽车市场的销售淡季,因为天气炎热,汽车厂商的各种店头及外拓活动相较于春秋两季要平淡的多,各大媒体此时也多会以“4S店门可罗雀,高温赶走买车人”等标题描述车市当下的惨淡景象。不过今年却不同以往。或许是受网络购物节的启发,厂商们纷纷在6月推出了厂家层面的各种营销活动,有的紧贴“6·18”,有的甚至贯穿整个月份,声势之大俨然是要把淡季变旺季。

□本报记者 姚艳红

## 6月车市现营销潮

从上周开始,记者就被周围一片“买买买”的热潮所包围。再看微信朋友圈,各大汽车厂商的微信头像不少也替换成了“6·16”购车节、“6·18”购车节等图样,网络购物节已经蔓延至车市。

最早将头像替换成“6·16 吉利购车节”图标的河北鸿通吉利4S店市场部经理何阳阳告诉记者,本届购车节是吉利厂家在全国范围内推出的活动,每家4S店都作为分站同步执行,从6月1日至30日,贯穿整个6月。不仅时间跨度长,吉利还将任务进行分解,除6月16日的落地团购活动之外,还在6月6日、6月26日推出了以关爱为主题的营销活动。

该店销售经理冀峰还告诉记者,本届购车节为吉利首次推出,除了新车销售外,二手车置换、转介绍、金融补贴等营销活动也囊括其中,旨在让购车者和老客户都得到实惠。

无独有偶。东风风神日前也推出了“东风风神6.18年中盛典”活动,规格同样也为厂家级别。据东风风神荣神专营店销售经理韩式恩介绍,本次活动厂家很重视,尽管目前具体的优惠政策还未公布,但相信力度肯定不小了。除了价格会有惊喜之外,抽奖等常规促销环节也一样不会少。

记者写稿时,看到邮箱中收到一封东风雷诺厂家发来的邮件。内容显示,其近期的营销主题同样也紧贴“6·18”,针对主销车型,优惠政策也包括金融、保险等。

除了以销售为主题的营销活动,试驾或新车上市活动也在此时密集上演。仅上周末,就有东风本田、北京汽车、林肯等品牌先后在石家庄推出了相关活动,聚人气,促销量。

## 为销售 更为增加曝光度

尽管营销热潮高涨,但在不少业内分析人士看来,6月的车市营销,销量倒是其次,增加曝光度的目的性更强一些。

一位长期关注车市的业内人士认为,6月一直是车市的淡季,这个时间段,除了天气炎热外,往往也很少有政策可借力,因此从汽车厂家到终端4S店,此时的市场营销多以增加曝光度、借助各种渠道发声为主。当然,那

些上半年战绩不够理想的企业,为冲量此时也会纷纷转向让利,但最好的时机往往在四、五月份,此时发力收效恐怕不会太大。

另外,各大汽车厂商也会趁这段不算忙碌的时间,韬光养晦,总结经验教训,认真研究并制定下半年的营销政策。因此,看似热闹的6月,其实汽车厂商总体来说精神不会太过紧张。当然,如果能在销量上有所斩获,那自然是最好不过。

冀峰也告诉记者,厂家针对这次活动并没有下达确切的业务目标,不过店里还是很重视,无论是约客、店内布置、渠道宣传等各方面都下足了功夫。“此次活动主题突出,能将信息准确传递给消费者,在淡季刺激车市的作用应该不小,相信只要功夫下得足,蛋糕自然还是会分大块的!”冀峰自信地表示,这主要得益于1-5月该店在销量上的稳步增长,完成了既定目标,因此现在能有条不紊地将厂家活动执行好,做细、做透。下半年,吉利还会有新品上市,增量一定优于上半年。

韩式恩也向记者透露,此次东风风神6·18年中盛典,厂家并没有下达任务量,但支持的力度不小,该店也进行了外拓以及发帖有奖等营销,成交量应该会比较乐观。

## 淡季淘实惠 因车而异

对于汽车厂商来说,这个月是传统销售淡季;对于消费者来说,此时购车却恰逢其时。但实惠到底能有多大,这也要“因车而异”。一些热销、俏销车型,其实是不怎么分淡旺季的。可能月初和月底有些差异。通常每个月的下旬,4S店为了完成业绩,都会给出不错的优惠。而一些销量一般的产品,在淡季的优惠力度也没有大家想象中的那么大。当然如果有了厂家的支持,实惠肯定要优于平日。

另外,淡季里,经销商们可能会积压更多的库存,这也使得此时车价处在“低位”。

此外,别忘了,6月里还有世界杯,汽车厂商大都会利用这个契机大赚噱头,吸引消费者的眼球,在车价上肯定也会有所体现。因此,6月多关注车市,先选好车型,找准时机下手,实惠是肯定的。

## 梅赛德斯-奔驰 CES 媒体科技日探索未来出行

6月10日,在2018亚洲消费电子展(CES Asia)前夕,梅赛德斯-奔驰以“智行,享未来”为主题,开启了一场新颖别致的媒体科技日活动,向广大客户和中国消费者展现了三叉星徽展望未来出行的愿景蓝图。

此次活动,梅赛德斯-奔驰不仅带来了一系列当代前卫的尖端智能技术与前沿科技产品,同时也为到场媒体倾力呈现出奔驰对未来美好生活的巧妙妙想,别出心裁的创新互动体验与所呈现的十足科技感相得益彰。作为EQ品牌开山之作,再次亮相中国的EQ概念车引领观众走进了一个亦真亦幻的纯电力新能源世界,同时

smart Vision EQ fortwo 概念车则搭建出描绘未来共享出行的美好新天地;MBUX 人机智能交互系统代表了梅赛德斯-奔驰当前最尖端的科技,令互联世界在驾驶途中触手可及;而智能数字大灯则利用最前沿的灯光科技,投射出一幅更加安全且便捷的行车画卷。

北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官倪恺先生表示,借助本次消费电子展,再次展示了梅赛德斯-奔驰在汽车智能领域的前沿进展,并展示我们对未来出行及相关生活方式的愿景,与大家一起“智行,享未来”。

## 2018 林肯全系试驾体验营石家庄站落幕

6月10日,“超越所见 寻造不凡”2018 林肯全系试驾体验营石家庄站举行。林肯携旗下全系豪华车型悉数亮相,让驾乘者充分体验了林肯全系车型的不凡设计与卓越性能,领略了林肯的品牌魅力。

体验营将静态鉴赏和动态试驾相结合,同时针对各车型特点,设置了轿车赛道区、SUV 赛道区和迷宫区。轿车赛道区和 SUV 赛道区设立了60米加速、颠簸路段

等体验项目,从而测试车辆的发动机性能,考验林肯车型对复杂地形的应对能力。SUV 赛道区还特别增设了驼峰、双边桥等障碍项目。迷宫区特别模拟了在都市穿行中可能遇到的复杂路况,以此考验林肯车辆在扭矩与刹车系统方面的表现。

通过此次试驾体验,不仅让来宾体验了林肯车辆出众的驾驭表现,更持续深化了“林肯之道”个性化豪华体验。

⊕ 车市快讯

## “全地形探享家”北京(BJ)40 PLUS 登陆华北

6月9日,北京(BJ)40 PLUS 华北区域上市会在石家庄举行。“全地形探享家”北京(BJ)40 PLUS 共有4款车型,指导价15.98-18.98万元。

与现款相比,北京(BJ)40 PLUS 在外观、内饰、配置、底盘等方面做出了多项升级,不仅产品技术和品质实现飞跃,更极大地拓展了消费圈层和品牌内涵。整车长4645mm,轴距2745mm,外观威武威武,内部宽敞舒适。新车沿用越野世家的高强度非承载式车身,标志性分时四驱系统得到保留,并将手动操作升级为电动控制,越野性能突出。另外,螺旋弹簧独立悬挂结构,稳定性和舒适性更胜一筹。博世最新ESP系统的八合一主动安全系统,为旅程保驾护航。

北京(BJ)40 PLUS 创新打造出“越野云图(OCA)人工智能座舱”,集车载WIFI、云服务、智能网联、主动安全等功能为一身,让越野激情与尖端科技完美融合。

## 瑞虎8 开启万人交车序幕

6月9日,奇瑞瑞虎8首批车主集中交车活动在合肥、北京、成都等多地同步开展。

据悉,自4月25日上市以来,瑞虎8累计订单已突破万台,由于产能暂时不足,在历经一个月的等待之后,这款让万余名准车主望眼欲穿的瑞虎家族新一代旗舰SUV终于开始批量交付用户。与此同时,随着产能的快速爬坡,越来越多的瑞虎8将会陆续交付到全国各地的用户手中。

为了答谢首批车主对瑞虎8的选择与青睐,奇瑞将为6月30日前提车用户提供尊享购车礼遇:1.成为奇瑞车主俱乐部金卡会员,另赠送5000积分;2.尊享3年6次基础保养配件,工时七折优惠。

瑞虎8热销也带动了奇瑞汽车的销量稳增。在刚刚过去的5月份,奇瑞集团销售汽车65593辆,同比增长26.6%,新能源销量同比增长183%，“大奇瑞”步入增长快车道。

## 2018 东风 Honda 驾悦体验营石家庄站落幕

6月9日至10日,“一如既往 心动·为你”2018 东风 Honda 驾悦体验营石家庄站开启。东风 Honda 全新 CR-V 锐·混动、全新 CR-V 锐·T 动、UR-V、XR-V、第十代 CIVIC(思域)等车型同场集结,携1.5T VTEC 涡轮增压发动机,通过丰富、专业的挑战项目,让参与者体验到东风 Honda 充满乐趣的驾驭魅力。

本次试驾体验分为“激情之路”“肆意之路”两条赛道。无论是“激情之路”的风驰电掣,还是“肆意之路”的紧张刺激,东风 Honda 旗下产品都以矫健身姿轻松逾越障碍路、枕木路、断崖坡等各种复杂路况,展现速度与操控的性能本色。

“东风 Honda 驾悦体验营”是东风 Honda 打造的全国重点城市联动的深度试驾活动。东风本田希望通过任务挑战赛与体验嘉年华的双重模式,传递东风 Honda 品牌文化,尽显车型驾控实力。