

汽车市场智慧时代的开拓者 从1走到1600万,凯美瑞引领中高级车进化方向

1982年,世界上第一辆Camry诞生至今,1是一个奇异的数字,这个数字很小,但它的出现,从无到有,使一切的增长和发展都有了可能。2013年,这个“1”变成了“1600万”,凯美瑞仍然引领着中高级车进化的方向。

从1982年至今,凯美瑞在世界范围内已推出7代车型,风行全球30载以来,畅销110多个国家和地区,受到了超过1600万消费者的青睐,这是一段写满了荣耀、卓越和传奇的历程。1600万辆凯美瑞驰骋于世界各地,全球车永不停步,凯美瑞仍将继续开疆辟土,独步全球。

■宋军



全球品质 安心智选

在中高级车终极价值的定位上,我们不得不称赞凯美瑞,“均衡”二字深得中国哲学中庸之道的精髓。这个均衡,不是无功无过,而是倚赖深厚的造车技术和经验,在矛盾中完美地取得奇妙的平衡,这是在领先水准上形成的一种综合素质,极大地考验厂家的研发能力。例如,使用双VVT-i高效能发动机与6速手自一体变速器,并采用ACIS智能谐波增压进气系统,利用可变式进排气管,达到高性能表现与高燃油效率的完美统一;例如,采用顶级的安全装备和安全技术,让安全为操控性和动力性保驾护航;例如,采用包括安全测试、涉水测试、路况测试、电波测试、性能测试等各项最严格反复的测试,保

证凯美瑞所运用的先进技术足够成熟可靠,尽可能减轻消费者使用负担。

凯美瑞是世界上首款移植了F1赛车技术的中高级车。丰田将其在F1赛车上研究应用的扰流空气动力学技术移植到凯美瑞身上,外后视镜处的扰流鳍片、底盘上的扰流鳍片和导风槽、车头和车尾的扰流翼都起到了显著的理顺气流、降低风阻的作用,不但使凯美瑞的风阻系数降至0.28,也有效地提升了行驶的稳定性,给乘客带来更舒适的乘坐感受。

在配置方面,凯美瑞以其大空间、人性化设计和豪华配置,给驾乘者带来高级感和豪华感。凯美瑞也许不是轴距之王,但巧妙的设计和消费者对使用习惯的洞察,带来了开阔的视野、宽大的车内空间和

贴心的使用感受。同级车型中独一无二可完全打开的后车窗,进一步增添了车内空间的开放感。8+2向调节驾驶席座椅、前排座椅通风加热装置、7英寸触摸屏、10个扬声器的JBL5.1音响系统以及Panasonic nanoe纳米负离子空气保湿净化系统、三区独立空调、G-book智能副驾系统等配置,营造了豪华舒适的内部空间。

QDR基因,树立中高级车标杆

经过了前两代人的购车、用车经历,中国消费者渐趋理性,他们已经渐渐明白,那些全球销量千万量级的车型,才是真正经过了长久岁月和复杂路况考验的车型,它们是各自品牌的代表。凯美瑞亦如是。

凯美瑞家族承袭自丰田品牌

的QDR基因,包括了高品质、高可靠性和高耐用性。这是无法仅凭外观断定的,也是无论多么酷炫的新配置都不能替代的。Camry在全球110多个国家和地区销售,在最成熟的美国市场,面对全世界最理智的顾客,Camry连续12年称雄。在最严格的美国高速公路安全测试中,每一代Camry都取得五星评价。

作为凯美瑞高品质的起点,定位于“21世纪全球模范工厂”的广汽丰田引入了丰田全球最先进的生产设备和先进技术,两度获得“丰田全球品质奖”,尤其在2012年,广汽丰田第二生产线获得了“零不良率”的全球最好成绩。高品质带来高可靠性,在2012年J.D. Power美国新车可靠性调查中,丰田品牌在非豪华品牌中位居榜

首,同年,J.D. Power发布了中国车辆可靠性研究报告,凯美瑞在高端中型车中雄踞榜首,再一次印证其可靠品质。与高品质、高可靠性息息相关的是凯美瑞的高耐用性。从1982年至今,总共已有超过1600万台凯美瑞成为人类的好伙伴,而其中90%的车子,现在仍驰骋在全球各道路上。

流淌在凯美瑞血液里的QDR基因、全面均衡和用户至上的体验,为凯美瑞带来了连续12年的美国冠军、连续17年澳洲冠军、连续18个月中国冠军、中东6国最大市场份额……全球1600万的销量数额和586次荣获全世界各国年度车型的荣誉,让“全球车”之称实至名归。1600万辆不会是终点,经过世界证明的实力将让凯美瑞走得更远。

抢跑“三包” 东风日产携新贵士一马当先

不进则退 车市步入“后三包”服务时代

10月1日,《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》(即“三包”政策)终于“千呼万唤始出来”,一时间,汽车行业、各大车企再次成为舆论的关注点。

“三包”究竟能不能真正地保障消费者的权益?面对“三包”,各大车企会采取怎样的对策?汽车行业又会产生怎样的变化?随着“三包”政策开始施行,无数疑问由此产生,那么,“后三包”时代的中国市场究竟何去何从?



车企“抢跑”: 不仅仅是提前这么简单

为保护汽车消费者的权益,强化中国汽车服务领域的整体建设,2013年1月15日,国家质检总局正式公布“三包”细则,并于2013年10月1日起执行。对于消费者而言,“三包”更加关注产品和服务本身,是一项利好政策。东风日产作为合资车企的表率,为维护消费者的核心利益,早已开始实施“三包”政策。早在2012年4月,东风日产推出3年10万公里延长保修政策,覆盖NIS-SAN和启辰双品牌。旗下高端车型新贵士,更是执行高于国家“三

包”政策的“4年或10万公里”标准,为同级进口车做出表率。而早在2012年11月22日东风日产发布的“品质无忧承诺”,使其成为业内首家推出“7天包换”服务的合资车企。

东风日产副总经理任勇就表示:“对东风日产而言,自9月1日起执行‘三包’政策并不是简简单单的‘提前’,我们已经把工作做在了最前面,力求与国家政策全面接轨。”

以东风日产为代表的优秀车企对“三包”政策充分准备、快速应对,这也正是车企重视消费者需求,践行企业社会责任的最好体现。这种真心实意的“接轨”

和“提升”,让广大消费者体验到产品背后的企业服务支撑,受到大家的普遍认可。

“三包”标准: 要最早,还要最好

除了占得速度先机,“抢跑”成功的车企还意识到:要“跑”得早,还要做得好。纵观服务市场,各车企“使出浑身解数”,采用的“三包”标准也是大不相同。自主品牌当中,比亚迪表现抢眼,超出国标的质保期限,以及全面的质保零件范围支持,颇具诚意。东风裕隆纳智捷在延长质保期限外,还提供增值核心部件有偿延保服务。而在豪华车领域,北京奔驰延

长质保政策至3年不限公里,且可回溯至今年3月1日。

在“三包”标准上,东风日产的市场举措值得借鉴。就“三包”政策中的“退换车折旧补偿费用系数”来说,三包政策规定的退换车折旧补偿系数在0.5%~0.8%之间,东风日产率先采用行业最低的补偿系数适用标准。以66.8万的新贵士为例,东风日产新贵士适用0.5%最低值,与最高系数标准差价达20040元,加上相比同级竞品更长的易耗零件质保期等细则,更有效减轻消费负担,提升进口车实用价值,切实保障用户实际利益。

从各地的消费者反馈得知,这种真诚的“三包”政策执行细则对于包括新贵士在内的大客户商务用车消费很是实惠。在三包政策实施前,企业用车承担了较大的风险和成本,在这方面的运营成本居高不下。随着三包政策的实施,企业用车成本也随之大幅降低,获得真正的“实惠”。

服务升级: “蝴蝶效应”带来行业进步

切实落实“三包”政策只是车企的一小步,却是行业的一大步。有资深汽车行业专家就

表示,接轨“三包”政策,会成为带动汽车行业服务全面优化的重要契机,广大车企及经销商,只有将消费者的良好客户体验作为品牌服务提升的关键点,才能真正实现消费价值的全面升级。

因此,无论是进口品牌、合资品牌,还是自主品牌,都在“三包”政策的带动下,不断提升、完善自身的服务品质,以“独门绝招”为汽车行业的进步添砖加瓦而东风日产,包括新贵士在内的进口车家族,也重磅推出“四大 MVP 尊崇礼遇”服务。各个车企都深刻地认识到,服务升级是优秀品牌始终领先半步的关键。

据了解,东风日产新贵士“四大 MVP 尊崇礼遇”包括:3年免费使用的 CARWINGS 服务及3年免费盗抢无忧保障;一对一管家服务、预约试驾体验等尊崇增值礼遇;4年或10万公里保修里程承诺、出险代步尊崇安心礼遇;尊崇低息金融礼遇。这一系列的内容可以说是为消费者量身定制,不仅给车主带来更好的产品体验和品质保障,更是强力助推东风日产品牌服务的全面升级。