

# “个性化消费时代”的实战营销家

## ——访江南汽车销售公司总经理李春



李春总经理(右一)接受本刊工作人员专访

文/谭遇祥 张晶

李春坐在对面,谦逊有礼。

这样的对话,已有两回,而此次李总为我们预留了充足的采访时间。“别拍照,别拍照。”李春摆手道。这位低调的老总很少接受采访,在成为家乡媒体评选的“十大汽车风云人物”后,他是唯一不愿刊登自己照片的人。就像江南奥拓的重生,让人倍感神秘。

### 涅槃之路

作为四大奥拓车型之一的江南奥拓,已是全国仅存的一家了。2006年后,江南奥拓一度处于停产状态,业界普遍认为,该产品已不可再生。然而,就在2007年初更换东家后,江南奥拓却奇迹般复活。数据显示,复产当年仅用半年时间就完成10000台的销售量,这比江南汽车历史整年最好成绩还多出近20%;2008年更是换步前进完成近30000台的销售,同比增长300%的业绩再次刷新江南汽车历史,成为行业奇迹。

李春谈到:“产品前期的停产导致市场对江南奥拓非常失望,售后服务也受到严重影响。因此我们当时第一件事就是对全国的服务站进行整合,并对全国几万台江南奥拓进行专项服务。在花费

在满足传统诉求:品牌、品质、性价比、售后服务的同时,还需要厂家提供个性化服务。所以,厂家应当改变传统营销模式,使消费者能真正感受到产品的本质和特性,为他们的理智决策提供充足的基础条件。

“个性化消费时代已经到来,我们不仅要思考消费者现在需要什么样的车,更应考虑消费者未来需要什么样的车。”李春和他的团队将江南奥拓定位为“中国最简洁、廉价、实用的代步工具,这一精准的营销理念不仅让江南奥拓与其他汽车产品进行了有效区隔,更拉近了产品与目标消费群体的距离。

李春告诉记者,江南奥拓后续产品已在研发之中,而新品不再只是代步工具。

### 千县工程

三年,三段崭新历史。进入2009年,江南汽车将重点推出“千县工程”和“赶集工程”,即在1000个县建立一级经销商,形成2000个以上的销售点,建立1000个以上的服务站。而“赶集工程”是结合前期的“乡镇工程、村村工程和排头

## “汽车运动会”即将启动

### 长安马自达启动创新型体验营销

“当试驾科目遇到趣味任务、当独立驾驶变成团队协作、当准车主邂逅超级改装迷、当偶像就在身边一同竞技……这不是一场简单的试乘试驾,而是一顿趣味十足的汽车大餐。”

笔者今日获悉,一场覆盖全国15座重点城市、为期半年的“趣·行天下——2009‘Zoom-Zoom’汽车运动会”即将于5月16日在北京启动,并随后覆盖到上海、广州、成都、重庆、南京等全国15个主要城市。主办方长安马自达表示,该活动集趣味任务、竞技比赛、明星互动、改装文化于一体,超越了传统意义的试乘试驾活动,意在凸显长安马自达及旗下车型“活力、动感、时尚”的个性。纵观各大品牌,无论是大众、通用,还是本田、丰田、马自达,每一个品牌都

兵工程”后给经销商又一营销思路的补充,即每个建立在县上的经销商要去参加所在区域每个场镇的赶集。汽车如何“下乡”?江南汽车似乎已成竹在胸。

李春将其形容为“穿草鞋,带草帽,卖汽车。”用当年红军爬雪山,过草地的精神激励自己的团队。

### 关于江南汽车

江南汽车是中国兵器工业总公司下属大型军工企业——江南机器(集团)有限公司经股份制改造后成立的专业轿车制造商。作为国内最畅销的微型车——奥拓系列的生产企业之一和湖南省重点轿车生产企业,江南汽车严格秉承军工企业以产品质量为先的制造特色,新款江南奥拓于2007年6月全面投放中国市场,至今已取得良好的市场成绩和广大消费者的认可,其最新产品江南奥拓“经典”于2008年9月上市,掀起国内微轿市场新一轮的购买热潮,也使江南汽车品牌的市场美誉度不断提高。



全国服务热线: 010-86027760-4155  
生产企业专区: 010-86027760-4155  
官方网站: www.jiannan.com.cn  
湖南长沙 湖南长沙 湖南长沙

### 奔腾 B50,一款省油的 B 级车

在目前的国内市场,1.6L 车型一般只出现在 A 级甚至 A0 级小车里,但这种局面有可能在奔腾 B50 出现后被打破。虽定位为 A 级车,但 B50 无论是车型平台、生产工艺、安全配备、动力性还是操控性,都旗帜鲜明地展现出“全面越级”的实力。除了售价和排量,奔腾 B50 俨然一款 B 级车。

值得一提的是,奔腾 B50 拥有超越大多数 A 级车的燃油经济性,90 公里等速油耗仅为 6.0 升。奔腾 B50 搭载德系经典的直列 4 缸 8 气门发动机,兼顾强劲动力和优异的燃油经济性;自动挡车型还配备了超越同级车型的六速手自一体变速箱,拥有自动、手动和运动三种驾控模式;为创造既安全又轻量化的车身构造,奔腾 B50 研发团队在车身上大量采用高强度钢板,并对非关键部位采用轻量化材料。通过这些措施,研发人员使奔腾 B50 在达到出色安全性能的前提下,更降低了油耗;奔腾 B50 采用轿跑车低风阻流线型的设计元素,车辆后部的“鸭尾”造型使空气阻力系数降低 20%,达到轿车的顶级水准 0.28,在减少风阻对车辆动能的消耗后,燃油消耗进一步减小;奔腾 B50 在节能方面的措施还贯彻到车辆对能量消耗的众多方面,比如全自动恒温空调的压缩机采用目前最先进的可变排量技术,使舒适性燃油经济性达到完美结合。

宋欣

### 保时捷 Panamera 全球惊艳亮相

在不久前结束的上海车展上,保时捷首发全新系列车型——保时捷 Panamera, 这款四门 GT 跑车成为保时捷展台最耀眼的明星。

Panamera 是继 911、Boxster/Cayman 和 Cayenne 系列车型成功推出之后,又一款全新的保时捷车系。Panamera 采用了不少于 5 项首次在高性能豪华车中采用的独特技术创新,此外,还包括可按需为每个车轮弹簧提供额外充气量的全新自适应气动悬挂系统,以及多级可伸出后扰流板的主动空气动力学组件。

投放市场的三款 Panamera 均配备了 4.8 升 V8 发动机和经济高效的直接燃油喷射(DFI)系统,当然,保时捷双离合变速箱(PDK)也成为标配。拥有 400 bhp 动力输出的 Panamera S 0-100 km/h 的加速时间为 5.4 秒,百公里油耗为 10.8 升。Panamera 4S 的动力单元与 Panamera S 相同,仅需 5.0 秒,百公里耗油量 11.1 升。顶级配置的 Panamera Turbo,同样配备了四驱系统,辅以双涡轮增压技术,最大输出功率为 500 bhp,加速到 100 km/h 仅需 4.2 秒,而平均百公里油耗仅为 12.2 升。全新的 Panamera 车型系列将从 2010 年初开始在中国各地的保时捷中心上市,其中 Panamera S 的起始售价为 1,843,000 元,Panamera 4S 和 Panamera Turbo 的起始售价则分别为 1,926,000 元和 2,490,000 元。另外,Cayenne GTS Porsche Design Edition III 将于今年夏季登陆中国市场,起始售价为 1,893,000 元;Cayenne S Transsiberia 预计在 5 月份发布,起始售价为 1,603,000 元。

杨荐华

### 中国(太原)国际卡车暨物流展览会 6 月召开

据了解,首届中国(太原)国际卡车暨物流展览会(以下简称“卡车物流展”)经商务部批准,由中国汽车工业国际合作总公司、山西省商务厅及太原市人民政府共同主办,国机环球(北京)展览有限公司和山西荣盛国际煤炭与新能源会展有限公司承办,并将于 6 月 2 日至 4 日在山西省展览馆如期举办。

会展相关负责人介绍,“卡车物流展”将为卡车生产企业及相关行业搭建一个展示、交流的平台。截止到目前,卡车和专用车生产企业已报名的有:一汽解放汽车有限公司、东风商用车有限公司、中国重型汽车集团有限公司、青岛重汽集团专用车公司、上汽依维柯红岩商用车有限公司、太原南方重型汽车有限公司、安徽江淮汽车有限公司、斯堪尼亚公司、时风集团、卓里集团、美国万国卡车公司等。

## Mazda MX-5 加速引领中国跑车时代

世界双座敞篷跑车产量的吉尼斯纪录创造者——Mazda MX-5,自上海国际车展亮相并公布 29.98 万元的国内售价之后,引发业界持续关注,车展期间现场订单 11 台,意向客户留档近 200 份。据悉,MX-5 将于 6 月正式在中国上市。



汽车与路况的无间配合,从而释放出“无穷的驾驶乐趣”。

### 开启跑车消费时代

难以企及的价格、超大排量的发动机与极少人的奢侈玩物——这是中国跑车消费的固有观念。于洪江认为,中国跑车时代的到来,首先要求跑车消费理念的重塑,MX-5 正是从动力与操控的完美平衡,以及去奢侈化的合理价格入手,重塑跑车消费观念,将跑车精神带回人与机械的完美互动,释放激情、诠释自我的理念中去,同时,MX-5 还将经济性 with 动力性的完美平衡当作目标之一,百公里等速油耗仅 6.1 升便体现了这一优势。 谭遇祥

### 诠释经典操控乐趣

Mazda MX-5 以“人马一体”为设计理念,以驾驶员与座驾之间“物我合一”的极致驾驶境界为目标,引

领了跑车设计的风潮。历时 20 年,三代进化之后的 MX-5,保持了一贯简约和时尚的个性外观。从世界上开合速度最快的电动折叠硬顶敞篷(仅需 12 秒)到 50:50 最佳车身后轴荷重量分配,从主动适应式换挡系统(AAS)到高性能换挡拨片(DAM),MX-5 的设计与动力系统强调驾驶员与座驾之间的无缝合作,

## 奥迪 A4L 单月突破 3,000 辆

### 一汽-大众奥迪品牌 4 月销量再破纪录

一汽-大众奥迪品牌继 3 月份 11730 辆创下历史最高单月销售纪录后,4 月份再次以 12031 辆的优异成绩刷新纪录。其中,全新奥迪 A4L 表现抢眼,4 月共销售 3003 辆,相比上月增长 28%,在中型高档轿车这一细分市场稳占 50% 以上的市场份额。此外,新奥迪 A6L 及奥迪进口车型同样表现出了稳定的销售势头,与全新奥迪 A4L 联手创造出这一全新纪录。

四环标志代表奥迪(Audi)、霍希(Horch)、小奇迹(DKW)和漫游者(Wanderer)四个品牌,这四大品牌于 1932 年组建了汽车联盟(Auto Union)。作为汽车联盟的唯一继承者,奥迪品牌 2008 年的全球总销量首次突破 100 万辆,连续 13 年刷新销售纪录,并成为盈利能力最强的国际汽车厂商之一。

自 1988 年进入中国以来,经过 20 年的精耕细作,一汽-大众奥迪品牌凭借在品牌、产品、服务等领域的综合竞争优势始终领跑国内高档汽车市场。2008 年奥迪品牌在华销量达到 118118 辆(不包括香港),同比增长 17.08%。其在中国的产品线达 7 个车系,包括国产车型全新奥迪 A4L 和新奥迪 A6L,以及进口车型奥迪 A5/S5、奥迪 A8L/S8、奥迪 Q7、奥迪 TT/TTS 和奥迪 R8 超级跑车。 易丹



## 第二届中国公务车采购论坛顺利落幕

### 长安铃木喜获三项大奖

在“趋势与发展”为主题的第二届中国公务车采购论坛中,多年来致力于低能耗精品家轿的长安铃木一举摘得“年度最具社会责任企业”殊荣,旗下主力车型雨燕、天语 SX4 则分别荣获“年度风云经济轿车”、“公务员最信赖轿车”称号,成为本届论坛的最大赢家。

环保的汽车消费理念,构建起宽广的绿色节能互动体系,获评“最具责任感企业”实至名归。长安铃木方面负责人谈到,“倡导绿色汽车消费观念是所有车企都应该担负起的社会责任,用节能环保的高品质家轿打动消费者,也将成为企业在未来发展过程中的工作重点。”

长安铃木将在今后的发展过程中,继续走节能环保的高品质家轿之路,同时也更多地致力于小排量公务车的发展,为消费者带来更多更好的精品车型。 黄奕

### 履行社会责任 倡导绿色汽车生活

组委会相关负责人表示,长安铃木始终坚持“科技成就低能耗高品质”的发展方向,以实际行动响应节能减排号召,积极向社会倡导节能

### 致力精品家轿 助推节能减排进程

在本届公务员采购论坛中,长安铃木引入的铃木全球战略车型雨燕、天语 SX4 更是双双获奖,赢得“年度风云经济家轿”、“公务员最信

**Mazda 2 1.5L 超值版 8.88 万元起**

**Mazda 3 1.6L 天窗版 12.88 万元**

**超值上市**

两大新车齐登场, Mazda2 劲翔 1.5L 持续热销, Mazda3 1.6L 天窗版动力卓越, 双开启式电动天窗让自由全面增恒, Mazda2 1.5L 超值版, 超大空间包容你全部快乐, 低油耗下的超值动力表现, 带你迎接广阔新生活。2009年 5-6月, 长安马自达“激情试驾 Party”邀你赏新, 全新设计的趣味试驾, 在游戏中品味超值, 到店购车更有好礼。

长安马自达 免费服务热线: 800-807-2777  
详情请莅临长安马自达 4S 特约经销商或访问网址: www.chana-mazda.com.cn

湖南万达汽车销售服务有限公司  
地址: 长沙市星沙中南汽车世界A区06号  
销售热线: 0731-2977988