

在新发展格局中找准发力点突破口

上汽红岩5月产销“双喜临门”

重卡月销量首次破万,国六杰狮牵引车热销

本报记者 严瑶

“牵引车、自卸车都好卖,每天店里都有四五批人来看车。”上汽红岩云南一家4S店的负责人告诉记者,“上个月,我们收获了60多张订单,交付了30多辆车,根本供不应求。”今年以来,上汽红岩虽然受到疫情影响,但越是艰难时刻,企业上下每一个人都展现出了不同寻常的奋斗者精神。最直接的体现就是重卡市场对上汽红岩的认可度在与日俱增。

5月,上汽红岩迎来了“双喜临门”:重卡销量首次突破万辆大关,达到10119辆,实现同比、环比双增长;同时,产量也再次突破万辆,达到10737辆。

实际上,上汽红岩在迎来“红五月”之前,就已经取得了骄人的业绩。今年第一季度,上汽红岩牵引车销量同比增速达132%;4月,牵引车销量同比增长265%,重卡产量首次突破万辆大关。

即便如此,总经理楼建平在接受采访时仍表示:“虽然数据好看,但还没有达到我的要求。接下来,我们要做的事情还有很多,从技术、产品、服务等方面做工作,为制造业复苏做贡献。”

要卖车,“服务先行”

“上个月,新产品杰狮



C6 LNG牵引车卖掉了200多辆,而去年同期,牵引车产品一个月只卖了几十辆。今年产品很好,许多用户觉得车性能好,发动机动力足,还特别省气。”上汽红岩山西销售中心经理龙涛告诉记者,“像大同等地区通常一场推介会就能卖掉近20辆‘国六’杰狮牵引车。”

事实上,红岩杰狮C6 LNG系列产品上市当天就斩获了1200多张用户订单,创造了历史性新纪录。今年4月7日,100辆红岩杰狮C6 LNG牵引车陆续交付石家庄用户;5月20日,又有100辆红岩杰狮C6 LNG牵引车交付内蒙古用户,成为2020年的“爆款”。“在产品研发的三年里,上汽红岩做市场分析,把客户痛点都搞清楚了,把牵引车遇到的短板都补齐了,因此推出的产品才能成为市场上的‘网红’。”

上汽红岩不仅在产品上铆足了劲,同时也为用户带来了超越行业水准的服务。

除了在全国多地贴心设立“红岩驿站”,近期,上汽红岩将“国五”“国六”牵引车配套的发动机质保期由原来的48个月延长到60个月。“同时还针对新车型贴息2万元,用户觉得真的得到了实惠。”

以往是车卖到哪里,服务站跟着建到哪里,“但现在不同了,想要卖车,必须先建服务站。”龙涛说,“目前,山西地区已有近40家红岩服务站,仅今年上半年就新增了4家。”针对热销产品,上汽红岩各个服务站在加大备件储备的同时,也加强对服务人员的培训。“这些培训让服务人员在产品使用等细节上做到知根知底。”

网上授课“直播带货”

今年4月底,上汽红岩杰狮2020牵引车以直播形式上市,当天开售的66辆新车在网上瞬间被“秒杀”。

产品与服务的硬核表

现,是上汽红岩驰骋重卡市场的底气所在。但酒香也怕巷子深,在人们足不出户的疫情期间,光靠门店招揽用户,显然不足以最大声量地传播产品。

因此,上汽红岩推出了VR看车服务,让用户坐在家里就能身临其境地看车。多样化的营销看似只是方式的转变,折射出的却是上汽红岩在不断变化的市场中所表现的应变能力,也体现了其面对困境敢于破局的思维。

同时,上汽红岩开创营销新方式,通过直播的网课形式,向经销商线上分享销售实战经验,针对客户提供线上产品讲解和答疑,帮助线下车企解决销售难题。这不仅是传统企业开启线上销售渠道的一次全新尝试,更是给予经销商一份安心的全方位“后勤保障”。

尤其是疫情期间,山西大同经销商与当地“网红”合作,仅一次直播就在抖音平台上收获线索,卖出了10多辆车。“我们提出经销商必须有抖音、快手、火山等平台的官方直播号,销售员也要开个人号。”龙涛介绍说,“官方号每周直播不低于2次,个人号不低于3次。”这样一来,红岩品牌在各大网络的曝光度呈飞跃式上升。“我们还会把做得好的经销商案例与大家分享,与经销商共同进步、齐头并进。”

国内首款兼具汽、柴油动力的MPV 2021款上汽MAXUS G10上市

6月10日,2021款上汽MAXUS(迈克萨斯)G10正式上市,官方指导售价为13.98万~18.78万元。2021款G10产品包含精英版和智享版车型,以及由此拓展而来的营运版和专用版车型。

动力方面,2021款上汽MAXUS G10在原来的汽油版车型的基础上,还增添了柴油版车型,成为了国内首款兼具汽、柴油动力的

MPV。其中柴油版车型使用了全新发动机,可输出375Nm的最大扭矩,而且百公里综合油耗仅7.6L,燃油经济性极高。

为了给用户营造更舒适的乘坐氛围,2021款G10座椅运用清新素雅的简约新中式设计风格,并全新升级了座椅面料,采用更容易打理的包裹皮革座椅,全黑色皮革座椅稳重大气。(顾文)

五菱全球银标首款新车定名“凯捷”



6月12日,五菱品牌公布了全球银标首款新车Victory的中文名称——凯捷,象征着五菱凯捷将携全球品质凯旋而至。据悉,新车定位于面向家庭用户的多用途乘用车,将为用户带来全球高标准的用车体验,以凯捷之名决胜市场。凯捷一词,寓意着五菱引领全球品质的实力。35年的品牌积累,超过40个国家1750万海内外用户的信赖,让五菱凯捷承载着人们对品质出行的期待,代表日益强大的中

国制造,将更深度地参与到全球市场竞争中。

凯捷也寄托着对每一位奋斗者的祝福。五菱是奋斗者的品牌,更是为人民创造美好生活的品牌。结合对用户需求的深刻洞察,五菱凯捷以全新的美学设计、五星级别的安全保护及人性化的空间布局,为广大用户带来全球品质标准的出行体验,让每一段旅途凯歌相伴、欢乐相随,让每一个家庭便捷出行、轻松愉悦。

(宗何)

黑科技赋能企业创新

上汽通用五菱入选《人民日报》科技战疫案例

日前,上汽通用五菱凭借疫情期间在数字化方面的创新,荣登《人民日报》评选的《科技战疫2020中国十大社会经济类数字化转型成功案例》榜单,成为唯一入选该榜单的汽车企业。

在疫情防控攻坚战中,上汽通用五菱利用宝骏新能源汽车产品优势打造出智能移动测温车,以“快速、安全、0接触”的测温方式,实现了全天候24小时高效

测温。上汽通用五菱还基于宝骏E100研发出新一代无人消杀车,凭借智能喷洒消毒,让一线防疫更便利、更安全、更高效。不仅如此,上汽通用五菱还建成了国内第一条无人驾驶物流线路。目前,河西基地与宝骏基地已有16条无人驾驶物流线路与75辆无人驾驶车辆投入使用,实现了物流效率最大化、物流成本最优化、物流安全多维化。(严文)



依维柯5月销量同比增长27.5%

全系车型产销两旺,市场份额进一步提升

2020年5月,依维柯全系车型产销两旺,实现销量同比增长27.5%,市场份额进一步提升。

其中,依维柯欧胜系列销量同比增幅高达96.2%,销量连续破千。与此同时,南京依维柯为复工、复产推出的“新得意复工特别版”车型也掀起了销售热潮,5月单月销量同比增长47.4%。

产品打先锋

南京依维柯始终坚持以用户为中心,主动关注市场

动态,不断寻求销量增长点,打造高性能产品,全方位满足用户和细分市场的各类用车需求。

依维柯卓越的产品性能收获了用户的真情告白。家住佛山的赵师傅主要从事物流运输工作,他毫不吝啬对好搭档依维柯欧胜的赞美,“我主要往广州、佛山、东莞、深圳一带跑物流,有时候要拉一些比较重的货物,一次装一吨到两吨半没问题,依维柯车底盘够皮实,承载力相当好!而且它的侧拉门够大,我们又车作业的

时候,装卸货都很方便。”

同时,依维柯欧胜凭借着专业底盘万能改装、超强承载的性能优势,在改装车市场上备受欢迎。疫情期间,依维柯欧胜负压型救护车、转运型救护车、疫苗冷藏车、应急保障车等各类改装车产品奔赴全国防疫一线,助力打赢疫情防控战役。

服务有温度

产品打先锋,服务更要温度、靠得住。2009年,南京依维柯以用户为中心,

率先在行业内推出“温馨360”服务体系,通过覆盖全国32个省市、自治区、直辖市的367家授权服务商网点和约300辆服务动车,为消费者提供快速、高效的360度全方位服务,使消费者随时随地享受“零距离”服务。

“连续增长的销量,优越的口碑,正是对南京依维柯多年来始终把用户需求放在首位的回报。”南京依维柯相关负责人表示,“我们将继续为用户提供更具性价比的用车选择和更加优质的服务。”

(宗何)