

在新发展格局中找准发力点突破口

“不管多晚，有客户就不打烊”

护送夜归人、开启夜车展，上汽与城市“夜经济”的触点被一一点亮

首席记者 李修惠 阮希琼
本报记者 严瑶 林安东

继上海推出“五五购物节”后，“六六夜生活节”又惊喜而至。从中心城区到市郊，从大商厦到餐馆、酒吧，夜上海到处涌动人气。

夜晚，记者走上街头，来到上汽集团旗下的4S店，走进车享家维修店，坐上享道出行专车，参观安吉“后备箱集市”……日益繁荣的“夜经济”激发了新的商机。

1 享道出行：
为乘客照亮回家的路

一个城市的夜生活是否热闹，看这个城市的出租车司机和网约车司机几点收工就知道了。享道出行后台数据显示，5月份，超过2万人次的享道专车司机在凌晨2点后收车。

在后台，虹桥机场和浦东机场这两大交通枢纽的呼叫需求最为旺盛。外滩、恒隆、太古汇等各大商圈的打车需求量紧随其后。这些数据是上海经济和夜生活的“晴雨表”。从中不难看出，上海这座城市的日常生活正在慢慢恢复。

5月中旬，享道出行推出了“夜间守护专车”活动，在夜间呼叫专车的用户不但能够获得折扣优惠，还能享受专属靠枕、一次性蒸汽眼罩等有助于缓解疲惫的物品。

享道出行负责人称：

“活动期间，日均夜间呼叫量环比提升62.8%。”

自疫情趋稳以来，享道出行先后推出了“助力复工复产”专项行动、“夜间守护专车”等一系列活动，降低白领的出行成本，助力城市复工复产。在一次又一次服务夜间用车人群的活动中，享道出行的订单量也和城市的脉搏共同复苏。“相比3月疫情好转初期，现在的夜间订单增加了近5倍。”

“我们还有‘照亮最后一段路’服务，如果夜间乘客下车地点照明情况比较糟糕，我们会请司机打开大灯为乘客照亮回家的路。”享道出行负责人表示，作为上汽集团在出行领域与用户直连的“触点”，享道出行在服务品质上始终坚持精益求精，为用户提供安全、高品质的服务。

2 安吉汽车：
给消费者不一样的“夜车展”

6月6日晚间，距离第三届进博会开幕还有150天，“四叶草”就先一步热闹了起来，以“品进博、逛国展、赏灯会”为主题的“国展集市”正式开启。

安吉汽车带着上汽旗下7个品牌的8款车型以及3款进口车型、共11辆展车在现场推出了“赏车派对”。

据上汽销售市场营销团队的陈防晞介绍，“除了有汽车展示，我们还在现场提供了55折进口大众E-golf

的限时优惠，E-golf在现场就收获了7笔订单。”

“因为这次‘国展集市’的主题比较贴近于品质生活，有很多工艺品在现场展出和售卖。为了能更好地融入这样一个环境，我们不是单纯地展出车辆，我们想要一个不一样的‘车展’。”陈防晞表示，现场展示的每款车都是以“后备箱集市”的形式展出。同时，每款车都根据自己的品牌风格打造出不同的展品主题。“后



箱集市很受现场观众的欢迎，上汽大通的房车也吸引了许多人观摩和体验。”

除了展车，安吉还推出了“生活市集”板块，给现场的客人带来了免费品尝的美式咖啡，现场售卖夏季特饮和精选美酒，以及“吉鲜道”产品和“吉学堂”课程推荐，吸引了大量人流驻足。“同步推出展车和生活集市两个板块，既是为了更加贴合活动的主题，也是我们‘安汽车·吉生活’理念的体现。”陈防晞说。

3 车享家：
再晚也要为街坊邻居服务

“陶师傅，我的车在别的修车店修坏了，麻烦您来

看一下。”晚上8点多，正是万家灯火时，位于澳门路

上的车享家门店店长陶军刚准备回家，手机却响了——报修的是一辆在国内很少见到的美国进口车2009款庞蒂亚克Solstice。

没有丝毫犹豫，凭着20多年的修车经验，陶军立刻答应去提车，在缺少原厂配件的情况下，他连夜把车修好。第二天庞蒂亚克车主在车享家客户服务群里发来消息：“这是我十年前从美国带回的车，感谢陶师傅和店里的伙计们，帮忙让我的车重获新生。”

今年上半年，汽车后市场受疫情影响，面临着从未经历过的艰难时期。加强服务意识，提升业务水平，成为车享家快速恢复门店经营业绩的“两把刷子”。陶军告诉记者：“2月底刚营业时，每天才10多辆车进店。现在一天保养加洗车已经恢复到近50辆的水平。”

一天中除了中午时分，晚上也是店里最忙的时间段之一。“很多街坊邻居都是5点下班以后把车送过来维修保养，第二天一早来把车取走。”因此对陶军他们来说，晚上加班是家常便饭。

4 别克4S店：
每天晚上，我们等你到10点

夏日晚上，清风徐来。已是晚上8点，位于上海浦东浦建路的东昌别克4S店依然灯火通明。“欢迎进入直播间的宝宝们，今天给大家介绍的是刚上市不久的别克君威GS。”走进店里，一位销售员正对着镜头滔滔不绝，他的面前架着3台手机，对应着3个直播平台——天猫、今日头条、抖音。

“疫情发生以来，晚上轮班在店里做直播，已经成了我们的常态。每天晚上，我们别克等你到10点。”该4S店经理刘纯秀告诉记者。

之所以选择在晚上直播，也是经过了一番尝试与考察后，发现在这个时间段直播，效果较好。

“刚开始真的没什么人看，都是自娱自乐，我们销售员自己在下面捧场。后来人渐渐多了。直到有一天，

“我们吃饭都是根据修车时间来，一般吃晚饭要七八点了。”

说话间，开进来一辆需要维修的奔驰车，由于发动机抖动严重，需要更换发动机支架。“虽然我们提前备好配件，但由于奔驰车拆装比较复杂，估计今天收工要到晚上十一二点。”

在车享家内部，为了帮助门店快速提升到店客流，企业动足脑筋优化“套餐卡”内容，对目前各类卡种进行精简，重点加强小额美容卡、保养套餐卡的门店销售。

“2月底推出的洗车消毒套餐卡99元3次、小保养套餐卡996元3次都是现在店里最好卖的产品。”陶军说。此外，车享家对上海地区的洗车服务也进行了升级，取消了原有标准洗车，将其细分为优享洗车与晶蜡洗车，5月试点后将逐步在全国推广。

记者获悉，自从车享家门店推行全新的考核分配机制以来，门店夜间延长服务时间，加班加点为客户做好服务已经成为常态。

一位销售员兴奋地告诉我，终于有人在线上询问怎么下单了，大家就有了信心。”刘纯秀说。

从那时开始，销售员之间自发开启了一场直播竞赛。私下里，大家都会比较，自己直播的观看人数有多少。为了更好地吸引消费者，他们还会主动请教专业人士传授直播“秘诀”。

晚上直播还给了4S店一些意外收获。由于每个销售员在直播前都会充分准备介绍内容，不知不觉中，他们在4S店现场接待客户时的业务能力也提升了。

事实上，晚上做直播，在挖掘线上潜客的同时，还兼顾了线下客户。刘纯秀告诉记者，“有些消费者白天没空，晚上也可以过来看车，我们也有销售员接待。我们不想放过任何一个潜在客户。”