

人气榜

第一周榜情通报

日德品牌 联袂领先

记者 张吉泉/报道

由中国强势媒体汽车联盟在19个城市进行的爱车人气榜——汽车企业品牌满意度与车型知名度调查活动自上周全国同步启动后,获得了市场的高度关注。

经过对读者回邮问卷的统计,并采取街头随机调查的方式,“爱车人气榜”第一周的调查结果并不出乎意料,大众、丰田、本田因为进入中国市场较早,市场营销渠道畅通,在汽车企业品牌的认知度方面位居前列,而统一、标准的服务体系、培训体系、形象系统,为其营造了比较优秀的市场印象。

在品牌方面,奔驰、宝马无可争议地成为豪华车代名词,但是一般消费者对于其产品的风格定位并无明晰的区别,而奥迪经过多年的经营,终于跻身豪华阵营;对尊贵雷克萨斯的认知,多数还承载着“凌志”的印象,新标识的宣传推广还需要加强,不少人会把雷克萨斯当成欧美的汽车品牌,这与其淡化日本血统的营销理念有很大的关系。

因为市场切入策略、价格制定策略的失误,导致福特经销商在长春很低调,所以福特的品牌知名度尚可,但是具体认知程度比较肤浅。最被消费者熟悉的品牌,无疑是一汽大众的捷达,因为长春出租车的庞大群体,使得出租车已经成为捷达的流动广告,而其皮实、耐用的性格,也深受北方消费者的喜爱。

■车型认知度经济型前三名:捷达、飞度、夏利

■车型认知度豪华型前三名:奔驰、宝马、奥迪

■车型认知度中级车前三名:雅阁、凯美瑞、天籁

■本周人气车型:捷达

《征集令:谁能去除车上的酒渍》续接

红酒最难除 广达百货来解题

记者 云钊 赵婷婷/报道

征集令一发,随即有应征者报名,广达汽车百货公司的美容技师黄猛向记者表示,“处理过红酒、奶油蛋糕、花渍等污物,但处理结果各有不同。”

黄技师表示,蛋糕、油渍、血渍都是比较容易处理的,但是对于红酒的处理,因为座套材质的不同,效果也不一样。纯棉、麻类的洗后效果不是很好;真丝、混纺、涤纶类的洗后效果很好,但也会有部分污渍。棚顶处若喷溅到红酒,也可清理,但还会留有部分痕迹。车内饰,如门的扶手则不易清洗干净,塑料及其它内饰均可清洗干净,具体方式如下:

真皮座椅 把清洗剂喷于毛巾,试探性轻擦(在不损坏皮质的前提下,轻擦不会损坏其质地及真皮原色)。若出现显著效果,可适当加力再擦拭普通清洗点周围,干时,最好做一下真皮保养,再涂抹植物蜡,以便更好地保养。

绒质座椅 用清洗剂直喷到污处,用软刷直接刷除,再用干毛巾擦拭即可。

革质座椅 多数都可清除干净,个别需要看情况而定。

最后,黄技师提醒,再好的洗涤方式和洗涤溶液都会对车内饰有相对的腐蚀性,最好新车时就在真皮座椅上先做个镀膜。而遭受污物的内饰,最好在12小时内找专业人士、专业店面来清洗,这样会大大减轻对内饰的污染。切记不要乱用清洗剂自行擦拭,以免造成不必要的腐蚀。

爱车有问题,我来帮您! 联系电话 13689803770。

张吉泉/文

第壹汽车周刊



广汽丰田

新凯美瑞上市

详见B08

经过了2008年年末的市场低迷,2009年开局的国内汽车市场是令人振奋的,与去年同期相比,销售数据虽然有所下降,但环比数值的提高,证明市场已有复苏的迹象。

全国乘用车信息联席会的统计数据显示,1月份国内乘用车合计销售647594辆,环比增长0.5%,同比下跌0.2%。中国汽车工业协会的统计也显示,1月份销售61.05万辆,环比增长7.74%,同比下降7.77%,成绩好于预期。

记者在节后市场进行踏查时也获得了相近的结论。长春金达洲瑞临汽车销售服务有限公司的市场部经理张国臣对记者说,“现在没车了,正在抓紧调拨货源。你在展厅看到的所有的车,连样车还有人排队要呢!”同样的情况也出现在一些1.6L以下排量为主的品牌4S店内。

分析开局两月火爆的销售情况,专家表示,这首先是去年消费欲望在年初集中爆发导致的,因为去年年底出现了各种刺激汽车消费的信息,使得原本有购车意愿的消费者持币待购,而在具体政策出台后,消费集中出现,换句话说,就是将去年的消费挤到了今年。

其次,是消费者对于经济危机的心理承受能力增强了。经济危机最恐怖的不在于其本身,而在于其对市场消费心理造成的恐慌及其蔓延。2008年刚提出经济危机的时候,人人自危,最直接的表现就是紧缩消费,但是经过一段时间的适应,消费者能够比较正确地看待经济危机,钱口袋也就松开了。

那么,开门红是否意味着市场已开始向好的方面转变了呢?答案是谨慎的。

虽然中国汽车市场在1月份首

次超过美国,成为世界第一的汽车市场,但是这种提高里面有多少是政策短期效应的作用尚未可知,而且,作为最主要的汽车市场,美国的新车销量急剧下降,必将在后期对世界产生连锁反应。

另外一点,中国市场的一些基本情况并没有得到改变,一是由于世界经济萎缩导致出口大幅度下降;二是财政政策也造成了公务用车市场下降;三是国民经济增速下滑还没见底,商务车市场也在下降;四是个人收入增长预期不好,造成私人购车市场下降。此外,制约国内汽车消费环境的因素也没有得到解除,比如小排量车禁行、汽车消费信贷门槛高、用车成本过高等问题,都导致2009年中国乘用车市场整体销量不甚乐观。

向上还是向下,汽车市场还需要拭目以待。

车企品牌满意度与车型知名度调查

- 1、您的姓名
2、您的性别
3、您是否有家人或自己在汽车行业或媒体工作
4、您的年龄
5、您的职业
6、您受教育程度

- 7、您家庭月收入
8、您是否有车
9、如果您买车或换车,首选的品牌是
10、您买车或换车时,首先考虑的三个要素
11、您首次知晓一款新车,通常是通过什么渠道

- 12、影响你购买汽车的信息来源是
13、品牌篇
14、您认为哪款车子的性价比最高

- 15、您能说出哪几个品牌的代言人
16、您能说出哪几个汽车品牌的广告语
17、您能说出几款高(高、中、经济、豪华、SUV、MPV)级车品牌

- A经济型车 1、广州本田新飞度; 2、广州丰田雅力士; 3、东风雪铁龙新爱丽舍; 4、北京现代雅绅特; 5、马2 劲翔; 6、东风悦达起亚赛拉图; 7、一汽丰田新威驰; 8、雪佛兰乐骋; 9、东风日产骊威; 10、东风标致 206; 11、东风雪铁龙-C2; 12、上海大众-POLLO; 13、东南三菱蓝瑟; 14、吉利自由舰; 15、一汽-大众捷达; 16、MG3; 17、奇瑞 A1; 18、奇瑞 A5; 19、奇瑞 QQ; 20、东风悦达-千里马; 21、海马-福美来; 22、比亚迪 F0; 23、比亚迪 F3; 24、长安奔奔; 25、青年莲花 RCR; 26、标致 207; 27、日产骐达; 28、长安铃木天语 SX4; 29、长安铃木雨燕; 30、一汽夏利; 31、东南菱悦; 32、风行景逸; 33、上海大众-桑塔纳

- C高级车 64、德国大众甲壳虫; 65、上海大众 PASSAT 领驭; 66、一汽马自达 Mazda6; 67、一汽-大众迈腾; 68、日产天籁; 69、一汽丰田锐志; 70、一汽丰田普锐斯; 71、别克君越; 72、PT 漫步者; 73、荣威 750; 74、广本第八代雅阁; 75、一汽奔腾; 76、广汽丰田凯美瑞; 77、名爵 7 系; 78、名爵 TF; 79、欧宝雅特

- D豪华车 80、一汽-大众奥迪 A4; 81、一汽-大众奥迪 A6; 82、一汽-大众奥迪 A8; 83、奔驰 C 级; 84、奔驰 E 级; 85、奔驰 S 级; 86、BMW 新 3 系 MINI; 87、BMW 5 系; 88、BMW 7 系; 89、欧宝威达; 90、凯迪拉克 CTS; 91、凯迪拉克 SLS; 92、沃尔沃 S40; 93、沃尔沃 S80; 94、雷克萨斯 ES 系列; 95、雷克萨斯 IS 系列; 96、雷克萨斯 GS 系列; 97、英菲尼迪 G 系; 98、克莱斯勒 300C; 99、别克林荫大道; 100、皇冠; 101、雪铁龙 C6; 102、标致 407; 103、标致 607; 104、奔腾盛世; 105、英菲尼迪 M 系; 106、道奇酷博; 107、菲亚特 Grande Punto; 108、现代劳恩斯; 109、保时捷卡宴 GTS; 110、大众 EOS

- SUV 127、通用-雪佛兰科帕奇; 128、东南汽车-富利卡; 129、北京现代途胜; 130、湖南长丰-猎豹; 131、东风本田 CR-V; 132、Jeep 牧马人; 133、东风日产逍客; 134、东风日产奇骏; 135、长城-赛弗; 136、大众途锐; 137、英菲尼迪 FX; 138、新大切诺基; 139、斯巴鲁森林人; 140、雷克萨斯 RX; 141、悦达起亚狮跑; 142、宝马 X6; 143、广汽丰田汉兰达; 144、江淮瑞鹰; 145、宝马 X5; 146、一汽丰田陆地巡洋舰; 147、奥迪 Q7; 148、奔驰 GL 系列; 149、奔驰 ML 系列; 150、路虎神行者; 151、路虎揽胜; 152、沃尔沃 XC90; 153、三菱欧蓝德; 154、三菱帕杰罗; 155、广丰 FJ 酷路泽; 156、别克昂科雷

邮寄地址:长春市自由大路 6426 号吉林日报报业集团城市晚报汽车部 322 室 邮编:130033