

做周口微型车发展的领头雁

——专访周口华源昌河汽车、昌河铃木双品牌 4S 店总经理李刘通



总经理李刘通

□记者 梁照曾 戚团结

机敏、干练、帅气、斯文,见到李刘通,如此白面书生印象,让您挥之不去。作为周口华源昌河汽车、昌河铃木 4S 店的掌门人,以昌河汽车、昌河铃木品牌为标杆的微型车在他的运作下,正发展成周口汽车行业的一支劲旅,李刘通并立志要让周口华源昌河汽车、昌河铃木 4S 店成为周口微型车发展的领头雁。

作为一名 80 后的 4S 店老总,在周口车界精英中,和那些闯荡市场几十年的老将们相比,他是最年轻的,新兴代的商海和市场机遇,给有准备、敢闯敢拼的年轻人敞开大门,为他们提

供无限瑰丽的施展才华天地。2004 年 10 月,李刘通创办集运输、物流、汽车销售、车贷等业务的综合性汽车公司,随着家轿市场兴起,机敏的他最先意识到市场商机的涌动,于是从众多品牌中,他选择了昌河汽车、昌河铃木,决心将此品牌在周口做大做强。

李刘通说,微型家轿车是一个朝阳车型,在高油价、节能的社会背景下,它的精巧、经济、时尚、节能的车系特点和市场需求,也注定该车系和老百姓的血脉关系,市场是巨大的、前景是无量的。2009 年,当李刘通将昌河汽车、昌河铃木微型车的旗子立在周商路和太昊路交叉口南 80 米处这片风水宝地,

伴随着 4S 店的开工、建设和市场销售的一片利好声,该品牌在他的旗帜下,销量连年翻番,当周口的大街小巷,奔跑着利亚纳、北斗星、浪迪等“铃木家族”的经典小车,他的 4S 店也已投入运行,迎来他事业发展的新天地。

目前,经过一年多的发展,以李刘通麾下的周口华源昌河汽车、昌河铃木 4S 店为龙头的昌河铃木店遍布周口城乡市场,火红的销售态势和市场旺势,为他的微型车事业的发展打通了“筋络”。龙年伊始,他雄心勃勃的计划又一次启动,给周口微型车市场将带来新一波浪潮。让我们拭目以待。

“2012 别克 3D 汽车公园”华丽落幕

3 月 17 日、18 日,周口新未来“别克 3D 汽车公园”车展活动在周口市区太昊路南广场拉开帷幕,别克率领旗下凯越、英朗 GT、英朗 XT、君威、君越主力车型齐聚豪华亮相。周口新未来别克 4S 店本着全民参与,关爱生活的主旨举办了“别

克杯”少儿绘画、摄影、舞蹈、歌唱等才艺大赛,加上前所未有的大幅度降价优惠政策及丰富多彩的活动内容,吸引广大市民前来观看节目、选购汽车,活动两天现场订车高达 91 台,远远超出预计数量,这样骄人的成绩在以往车展中也是史无前例的。

2012 年,在“心静,思远,志行千里”的理念感召下,在“零距离梦想,尽情驾驭”的主题引领下,领略别克旗下基于全球平台与欧美技术的主力车型,并且通过互动游戏与“裸眼 3D”影院欣赏,深入感受了别克 ON-STAR 在线助理与 BIP 智驱

系统所能赋予车主的贴心、便捷、全面的崭新汽车生活。

在丰富多彩、轻松愉悦的现场活动中,别克与广大市民真正实现了零距离,为他们献上了一段活力四射、难以忘怀的“梦想之旅”。

(别克)

起步较晚已失先机 首款车型 5.38 万元起价

北京自主轿车谋求低价抢市

本报综合消息 在下线一年之后,北汽集团首款自主品牌轿车 BC301Z3 月 19 日正式上市,并定名为北京汽车 E 系列。尽管此次推出的首款轿车并非出自萨博平台,但北汽集团董事长徐和谊表示,E 系列是北汽整合资源与集成自主创新成果,也是北京汽车二次创业的开端。

虽然也曾有北京制造的井冈山轿车出现在中国汽车史上,但随着市场的扩大和竞争的加剧,北京本土的自主轿车已离开人们的视线很久。而此次北京汽车 E 系列的上市意味着北京自主轿车终于回归市场。

北京汽车股份有限公司副总裁董海洋日前在接受媒体专访时表示,“北京”将成为北京汽车轿车伞品牌名称。其中,北京汽车首款轿车已正式命名为“北京汽车 E 系列”,并根据发动机 1.5L、1.3L 不同的排量,分别定名为 E150 和 E130,售价区间为 5.38 万~8.68 万元。

不过,由于起步较晚,北京汽车自主品牌已经失去了先机。自去年汽车市场增长放缓以来,自主品牌普遍遭遇了销量下滑的危机。而与上汽、一汽等集团直接从中高端切入不同,北汽自主轿车战略则选择了从经济型轿车入手。在徐和谊看来,这是更为稳妥的策略,更有助于销量上的直接体现。

实际上,国内自主品牌近年来在品牌向高端发展的过程中,无不遭遇了瓶颈,因此,一汽、上汽等自主品牌也纷纷改变策略向下延伸,试图以低端的产品先打造市场规模,再形成一个完整的阵营以实现合力冲击市场。



3 月 19 日,北汽集团首款自主品牌轿车 E 系列上市。

E 系列作为北京汽车自主品牌首款轿车,承担着打造其自主品牌的“塔基”作用,也是北京汽车销量的试金石。对此,汽车分析师钟师认为,“目前,在增势强劲的两厢小型车细分市场中,处于领先地位的几款车型都是合资品牌,虽然北京汽车 E 系列属于后来者,但与合资品牌相比并不具备劣势,同时还有‘三包’服务以及价格上的优势”。

不过,按照计划,E 系列只是一个开始,北汽未来将开始向中高端发力。未来 5 年萨博平台将诞生 11 款车型覆盖 A 级至 C 级车市场。在轿车之外,北汽一款自主品牌 SUV 车型 B40 也将在今年底下线。未来,北汽 SUV 系列还将推出 B60 以及 B90,同样将不断向高端拓展。

统计数据显示,2012 年,北汽集团计划销售汽车 180 万辆,营业收入 2300 亿元,利润总额 170 亿

元,其中自主品牌实现销售收入计划超过 47 亿元。

在徐和谊的时间表上,到“十二五”末,北京汽车自主品牌整体投资将超过 300 亿元,北京汽车将拥有北京顺义、湖南株洲、广州宝龙、重庆银翔四大产业基地。按照规划,到“十二五”末,北京汽车自主品牌销量欲达到 70 万~90 万辆,进入国内自主品牌轿车第一阵营。

(蓝朝晖)

汽车三包：这个可以有

3 月 19 日晚,北京汽车首款自主品牌轿车 E 系列在北京正式上市。与以往自主品牌汽车以低价为卖点截然不同,北京汽车这款脱胎于奔驰 B 级精品小车的高起点自主品牌产品,在国内汽车厂家中率先实行汽车三包服务政策,全国首款“三包轿车”成为业界关注的焦点。

长期以来,国内汽车三包法规一直缺位,导致消费者退、换问题难于上青天。这种情况使很多消费者宁愿选择可靠性和口碑更高的合资品牌,而不敢去选择自主品牌。

而根据北京汽车公布的汽车三包政策,汽车三包有效期为 2 年或 50000 公里(以先到者为准),范围包括整车严重安全性能故障和动力总成主要零部件质量问题。发动机、变速箱等主要零部件出现问题的整车,只要是开具购车发票 60 日或行驶里程 3000 公里以内(以先到者为准),消费者就可以要求厂家免费更换。分析北京汽车 E 系列的三包政策,与《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定(第二次征求意见稿)》的主要条款的规定“接轨”。这无疑是厂家自觉、自主、自愿地走到了三包政策的前面,对打造自主品牌全新的形象具有十分积极的作用。

从汽车发达国家的经验看,自主品牌其实会是三包政策的受益者而不是受害者。美国《汽车保用法》(又称“柠檬法”)出台的一个很重要的原因,就是决策者意识到美国消费者与本土整车制造商之间产生纠纷无力维权转而购买国外品牌的产品,进而影响到美国本土汽车产业的发展。于是美国在上个世纪 80 年代便制定“柠檬法”来帮助消费者维权,从而将本土汽车产业发展引向良性发展的正轨,倒逼美国汽车产业提升发展。记者认为,这也正是目前消费者投诉激增、产业正处在转型升级关口的中国汽车业需要效仿的。

此前,全国首例更换“问题汽车”的国内汽车三包第一案在江苏宜兴判决,消费者一审胜诉。然而不管是从消费者的维权成本,还是综合考量社会成本,将大量消费者与厂家的消费纠纷都推到法院去解决显然是不现实的。如果汽车三包规定能够及时出台并发挥作用,很多纠纷会在行政部门或者消协调解的范畴内得以解决,并不需要都到法院去解决。有中国特色的社会主义法律体系本身就是由法律、规章等多个层次构成的,每个层次都有其必要性和优越性。从这个角度看,汽车三包规定绝不能再缺位了,要及时让政府职能跟上消费者需求的转变,跟上产业转型升级的转变。

如果说北京汽车将 E 系列定位于国内汽车三包第一车,证明了“汽车三包,这个可以有”;那么消费者无疑更期待质检总局能够及时出台汽车三包规定,将行业规则变为“汽车三包,这个必须有”。既然是民心所盼、众望所归,出台又有何难? (南辰)