



# 沈飞：卖车，不是一锤子买卖

2010年，一次偶然陪朋友保养车的经历，让并不懂车的小伙子踏上了从事汽车销售顾问的人生道路。用了3个月时间，他从一名零基础的实习生迅速成长为职业销售顾问；2014年，在汽车销售行业成绩突出的他华丽转身，在三个省份、50多位参考人员参加的丰田SAEP II级认证中以第一名的成绩率先拿到精英销售顾问的称号。他就是沈飞，平顶山一汽丰田4S店销售顾问。八年多来，他不改初心，行走在销售行业一线，他说“不以销量论成败，因为卖车，不是一锤子买卖”。

## 放手事业，做专业销售

2010年，刚刚结束自己首次创业的沈飞回到了平顶山老家。一次偶然的机会，他陪着朋友在一汽丰田4S店保养车，了解到汽车销售顾问这一职业，对销售感兴趣的他赶紧填了一份应聘表，随后便顺理成章地进入面试，并顺利入职。

当时30岁的沈飞对销售行业一点都不陌生。刚刚大学毕业那会儿，他就因为感兴趣从事过招商、加盟等与销售相同或类似的工作，再加上后来自主创业，沈飞一直对销售工作热情满满。

“虽然当时不懂车，但是对于丰田的品牌还是有一定概念的。”沈飞说，品牌知名度让入职后的



3月12日，沈飞（左）正在向客户介绍新车的性能。

本报记者 李英平 摄

他做出了一个决定：放手事业，做专业销售。

“做这个决定其实还是对自己有信心，从以往的从业经历来说，销售其实最重要的在于与客户沟通。”沈飞说，销售顾问的言谈举止、对客户重视程度以及对客户诉求的知晓程度会让沟通变得顺畅。销售的首要基础就是客户的信任。

## 回归本质，回归客户

随着在行业中的积累和沉淀，2014年，沈飞取得了职业生涯的专业级认证——丰田SAEP II

级认证。在销售行业工作6年，他总结出的一套属于自己的销售模式：卖出第一台车的是销售，卖出第二台车的是服务。

服务理念的转变，来自于沈飞一次偶然的客户接待过程。几年前的一天中午，刚吃过午饭的沈飞路过售后部，看到一位客户正在做车辆保养。由于刚刚买车，客户不太清楚保养的流程，眼看到了中午，客户变得急躁不安。了解到情况的沈飞立马给客户介绍保养流程，并及时联络售后人员为其进行车辆保养。

没想到这次的“举手之劳”，

让客户对沈飞信任有加。随后，只要身边有朋友买车，他都第一时间介绍给沈飞。

“这样的经历让我意识到，销售要把服务理念升华。”沈飞说，销售应该回归本质，回归客户，即使偶尔遇到销量的波动，销售顾问也无需焦虑不安，因为始终有一大群热爱丰田品牌的车主、忠于一汽丰田的客户环绕身旁，这才是最宝贵的财富。

有了高信任度的客户群，沈飞连续蝉联门店月度销售第一，在为期8年的销售工作中，他累计销售的汽车台数超过700辆。沈飞说，卖车，根本不是一锤子买卖，在整个服务链里都存在收益。要提升客户的续购和转介绍能力，就要提升客户的忠诚度；要提高忠诚度，就应该与客户建立更密切的关系。

“客户关系除了需要售后人员维系，销售人员也应该一直维系下去，让客户成为销售顾问的一笔长期财富，能够长期经营下去。这就是回归本质，回归客户。”沈飞说，以前，销售员把车卖了，交车时递个名片，一拍两散，好走不送，工作结束。但事实上，这完全是对客户自我放弃。为什么国外的汽车销售员可以干到退休，而我们的销售员只能吃青春饭？“因为很多销售人员没有意识到，卖车不是一锤子买卖。”沈飞说。★

（李莹）

## 一汽丰田卡罗拉双擎E+上市 系丰田在华首款新能源车型

本报讯 3月9日，丰田在华首款新能源车型——一汽丰田卡罗拉双擎E+正式登陆中国市场，共推出先锋版、领先版、豪华版、旗舰版4款车型，补售后售价区间为18.98万元至21.28万元。

一汽丰田汽车销售有限公司总经理田青久表示，“卡罗拉双擎E+是丰田电动化战略在中国落地的又一具体举措，我把它称作‘一汽丰田的新能源1号车’，它标志了一汽丰田正式开始布局国内新能源汽车领域，让先进的环保理念深入人心”。

据介绍，卡罗拉双擎E+采用插电式混合动力设计，专用充电桩只需3小时即可充满，同时新车也支持家用电源充电，无需依赖专用充电桩。卡罗拉双擎E+纯电续航里程可达55公里，总续航里程近千公里。

外观上，卡罗拉双擎E+前脸采用网状格栅设计，车灯侧围、车尾处的PLUG-IN HYBRID标识，彰显其新能源车型的身份。新增天际蓝配色、高级棕色内饰，车内后排空间达到960mm。

卡罗拉双擎E+得益于丰田全球领先的混合动力技术。自1997年丰田推出首款量产混合动力车型——普锐斯以来，THS（Toyota Hybrid System）以独特

的行星齿轮组为核心的E-CVT成为其标志性技术，匹配阿特金森发动机，实现高效、平顺的动力输出。

在技术储备方面，丰田已经形成以“三电”为核心的电动化汽车技术。由“电机+电控+电池”系统组成的“三电”为核心，可以与发动机、充电设备、燃料电池等不同零部件组合，形成HEV、PHEV、EV、FCV多种车型，为将来更丰富的产品布局打下基础。

此外，卡罗拉双擎E+作为丰田准四代混动车型，采用目前丰田先进的准四代PCU和更大容量的动力电池组，大大强化了其EV

性能。

自2005年引进第二代普锐斯、2015年发布卡罗拉双擎，到今天推出卡罗拉双擎E+，一汽丰田一步步落实丰田电动化战略。以卡罗拉双擎E+作为基点，一汽丰田未来将进一步布局国内新能源市场，在2020年将导入首款EV车型。

去年，一汽丰田发布了“致真 至极”的品牌口号，并推出了包含品质升级、新能源化、智能网联和营销升级四大全新品牌战略。卡罗拉双擎E+的上市，进一步夯实其新能源化战略。

（新华）

## 中消协：2018年受理汽车投诉超1.7万件 同比降5.8%

本报讯 3月11日，中国消费者协会发布了《2018年全国消协组织受理汽车产品投诉情况分析》（以下简称《分析》）。《分析》显示，2018年全国消费者协会投诉与咨询信息系统共录入汽车产品（含零部件）投诉19283件，相比上一年下降了5.8%。据称，这一方面是受到2018年乘用车销售量下降41%的影响，另一方面也与市场监管部门开展专项整治改善消费环境有关。

从受理情况来看，2018年共

受理汽车相关消费投诉超1.7万件，受理率为92.17%；有1.77%的消费投诉处于待受理状态，有6.06%的投诉案件由于超出办理或管辖范围、撤回、当事人无法查询、证据不足等原因未受理。

从受理投诉案件处理结果看，有67.8%的投诉经调解后达成协议，为消费者挽回经济损失1.34亿元。在调解的案件中，1次调解成功率为82.2%，超九成案件可在两次内完成调解，调解方式主要

为当面调解和电话调解。

在2018年汽车相关投诉中，家用轿车投诉占比最高，为62.7%；其次是汽车零部件，占比26.2%，两者合计占比近九成。从消费者投诉问题分类看，2018年汽车相关投诉主要集中于售后服务、合同及质量问题，占比分别为32.2%、20.7%和20.0%，三类问题占比总和超七成。对此，中国消费者协会分析称，随着汽车保有量的增长，售后服务问题占比有所增加，合同问题略有降

低，虚假宣传和价格争议问题有所提升。

从投诉涉及品牌来看，比亚迪位居第一位，第二位到第十位分别为奔驰、宝马、别克、奥迪、一汽大众、长安福特、东风日产、上汽大众和东风本田。中消协分析数据表示，德系三大豪华车品牌奔驰、宝马和奥迪全部上榜，也从侧面反映了汽车消费呈现升级趋势；另外此投诉数据为绝对值，因各汽车品牌的销售量和保有量不同，消费者应综合考量。（钟景）

## 政府工作报告给汽车行业释放了哪些信号

本报讯 据新华网报道，3月5日上午，第十三届全国人民代表大会第二次会议在人民大会堂开幕，国务院总理李克强向大会作政府工作报告。其中，多项举措将给处于变革发展中的汽车行业带来重要影响。

首先，汽车消费迎来利好。“稳定汽车消费，继续执行新能源汽车购置优惠政策”，政府工作报告给市场吃了一颗定心丸。2018年，中国汽车市场遭遇28年来的首次负增长，汽车消费动力不足。今年1月，国家发改委等十部委共同提出了六条汽车消费刺激措施，涉及汽车下乡、二手车销售等多个层面，效果正在逐渐显现。可以预见，在未来或将还有一系列推动消费稳定增长的政策出台。此外，增值税税率下调有望推动汽车价格进一步降低。政府工作报告提出“深化增值税改革，将制造业等行业现行16%的税率降至13%，将交通运输业、建筑业等行业现行10%的税率降至9%，确保主要行业税负明显降低”。“深化收费公路制度改革，推动降低过路过桥费用，治理对客货运车辆不合理审批和乱收费、乱罚款。两年内基本取消全国高速公路省界收费站，实现不停车快捷收费，减少拥堵、便利群众”等举措，将进一步刺激汽车消费需求。

其次，汽车产业继续受益于制造业转型升级。2019年政府工作报告提出“打造工业互联网平台，拓展‘智能+’，为制造业转型升级赋能”。这将带给汽车等传统制造业的改造升级和高质量发展以巨大的推动力，进一步强化质量基础，提升产品质量和服务品质。在实施汽车产业转型升级、新旧动能接续转换中，新能源汽车产业集群发展受到重视。近年来，新能源汽车一直是政府工作报告的核心要点之一。在2019年政府工作报告中，除了继续执行新能源汽车购置优惠政策，还特别提出“促进新兴产业加快发展。深化大数据、人工智能等研发应用，培育新一代信息技术、高端装备、生物医药、新能源汽车、新材料等新兴产业集群，壮大数字经济”。

再次，汽车行业进一步扩大开放，倒逼企业以全球化视野布局战略和产品。“大幅压缩外资准入负面清单，扩大金融、汽车等行业开放，一批重大外资项目落地，新设外资企业增长近70%。”扩大汽车行业开放，意味着什么？意味着在中国这一全球最大的汽车市场，中外车企将在同等的市场条件下同台竞技。实际上，特斯拉已经落地上海批量造车，已经成为汽车行业的“话题王”。个中含义，不言而喻。外来造车势力跟我们竞技什么？竞价格，竞产品，竞技术，当然也会竞经营，民族品牌车企也必须以更加开放的态度和全球化的站位、视野来审视自己的战略、市场和技术研发。

最后，国有车企改革将再提速。进口关税下调、汽车合资股比放开等一系列开放政策出台，以及新技术发展带来的汽车消费需求升级和新造车势力的涌入等，都给国有车企带来巨大的压力。“加快国资国企改革。加强和完善国有资产监管，推进国有资本投资、运营公司改革试点，促进国有资产保值增值。积极稳妥推进混合所有制改革”。政府工作报告进一步指明了改革的方向。通过股权投资、兼并重组和战略合作等，支持国有车企与民营车企开展混合所有制改革，加速打造世界一流汽车企业。（吴晔）