

涓 构 漢 兼 姤 緝 - 涓 涿 鏃 工 逢 鑑 伴 榭 鏃 朵 龔 - 鍍 儿 櫛 錦 冬 汉 緝 愼 施 洪 中 侯 怎样的节油赛成绩才能信

汽车

浣滃

鎏 賤 龔 浜 庸 緝 2009/08/03 11:36

专家:定量、定程、测高峰路段、定载等形式方可信

6月至7月,东莞车市进入了真正的疲惫期。疲惫的不仅仅是汽车销量,还有东莞的车市营销。时下,不少品牌不约而同地选择了举办节油大赛。日前,广东省著名汽车专家吴海军也来到了某品牌在东莞举办的节油赛现场,赛后,他向记者指出,目前大多数节油大赛的最总节油成绩不仅不能让人信服,也丝毫没有参考性。而如果采用科学的节油赛方法,例如:定程比赛,或者定量、选择高峰路段、定载等等的节油赛形式相对是值得信服的。

专家称大多数节油赛结果毫无参考性

为体现各自旗下车型的节油性能,在高油价下树立节油形象,厂商们可谓费尽心思,以各类“节油大赛”主动出击,如天津一汽的威志节油挑战赛、东风本田新思域节油赛等,在乘用车消费市场掀起一波波节油浪潮,也成为消费者在高油价时代下的信心之源。

“汽车厂家和经销商在这个时候掀起节油赛热潮,其实是无可厚非的,甚至可以说是恰逢其时,但关键是怎样才能把节油赛办得更具社会意义,对普通的消费者而言,怎样才能从节油赛中获得更多实用的驾驶技巧,这恐怕才是节油赛真正的价值所在。”

吴海军认为,节油比赛的频繁举办,虽然说一定程度上让消费者车型有了更深的认识,但是同时很多遗憾也暴露出来。许多节油赛形式单一,往往宣传成分大于实际应用,加上有时候得知一些参赛人员的特殊性,有些参赛的人员甚至是该品牌一些俱乐部的成员,甚至有车行专门请来驾驶技术娴熟的出租车司机来参加比赛,所有这些都影响了比赛结果的参考性。

“多用科学方法,少搞点噱头”

吴海军告诉记者,目前,一些汽车厂商已意识到这一问题,将车主切身利益作为节油赛的主要战略目标。他称,6月某品牌在全国主办的节油赛活动以“科技节油”为主题,比较有特色。记者了解到,该品牌节油赛的几个环节相对来说是具有科学性的。首先,比赛中采用定量比赛,每辆汽车加入1升汽油,比较行驶距离;第二个环节,选择车流“高峰”路比较有特色,在高峰路段比赛,一改往日的无人区,更体现了真实油耗。第三个环节,定载比赛,每辆车加入1升汽油,满载4人,测试满载行驶距离。最后采用定程比赛,每辆车加入1升汽油,在指定的时间内完成10公里。四个环节综合起来进行,可以说,比较全面地让人了解到了该款车到底有着怎样的节油性能,这样得出的测试成绩确实相对更让人信服。

据悉,类似这种高峰赛的环节,让许多用户以真实的驾车环境为背景,路线安排从当地4S店到赛场的这一段路程,选手驾车去往比赛场地的过程当中,就已经开始了比赛,由此更贴近选手的日常生活,许多选手都表示,得出的数据他们愿意相信,也觉得有参考价值。

“作为与消费者沟通的桥梁，节油赛是一个重要途径，如果厂家和经销商能够在比赛中多用些科学的方法，少搞些噱头，赋予比赛更多的社会意义和应用价值，换来的一定是消费者更多的支持。”吴海军认为，随着消费者购车意识的日益成熟，国内主流消费价值观也发生了明显的变化，节油意识、节油方法和节油车型的完美结合是达到节油目的的根本。