



“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。