

全国优秀 4S 店制胜秘籍大起底

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。



□张 黎 尚 伦

北京森华通达制胜秘籍之自我压榨

尽管广汽丰田北京森华望京店周围有两家新店开业，但 99%以上的客户都没有流失。总经理刘彤说，他们的创新必须是别人学不来的

刘彤遇到了两个难题。一是 2008 年底，在距离广汽丰田北京森华 4S 店 10 公里左右的位置，另外两家广丰 4S 店开业了，正好把自己的店夹在了中间，这无疑给作为总经理的他带来了不小的压力。二是现在丰田汽车在美国的大规模召回，让很多人开始质疑丰田汽车的品质，“甚至有订车顾客退车的”，这是他在年初没有想到的。

面对这样的窘境，刘彤觉得想要取胜就必须做到创新。创新是个老生常谈的词，但是“想在我们这种服务行业创新并不容易，今天你推出一个什么新的创意吸引顾客，明天可能全国都会使用同样的办法，所以我们的创新必须是别人学不来的。”

在进入汽车行业之前，刘彤一直从事零售行业，相比起来，4S 店模式建立至今不过 10 年，而零售行业已经发展了很长时间，有足够成熟的管理经验值得汽车销售行业借鉴。

他对记者说：“一开始，我就发现这个行业有很多诟病，比如维修技师往往技不外传，要是修好了一辆别人修不了的车，更是掖着藏着。”

刘彤要求店里的所有售后维修车辆必须把故障登记在册，并且详细记录如何维修解决的，每个月做一次总结，这样，就算是普通的徒工也能很快掌握“疑难杂症”的解决方法。

从 2009 年开始，针对快速保养越来越多，森华开始着手降低售后维修成本，通过反复的实践，制定了一套标准的操作流程，严格控制成本。

他说：“原来做一个普通的钣喷需要 70 多块钱，现在我们把成本控制在 55 块钱到 60 块钱之间。成本降低了，但质量绝对没有打折扣，找到最合适的喷漆距离，既可以节省油漆，又能保证做出来的活儿干净、漂亮。”

事实上，广汽丰田北京森华 4S 店是在厂家标准流程基础上，让服务更加细化、标准更严格。仍然是钣喷，原来需要 19 天才能完成，有了更细化的操作流程，只要 14 天就能完成，减少了客户等待的时间。

为了提高售后服务的质量，他们引入了四级丰田技师作为技术主管，有些车主在别的 4S 店解决不了的故障，在这里很快就能解决，留住了不少忠实的售后服务客户，也在广丰车主中树立了技术过硬的口碑，现在仅森华汽车俱乐部的会员就超过 5000 人。

2009 年，广汽丰田北京森华 4S 店成立了呼叫中心，提醒客户按时做售后保养，很大程度上招揽了来店的服务。这样，尽管周围有两家新店开业，但 99%以上的客户都没有流失，全年仅售后服务就有 3500 万的产值，加上召回，可以达到 3900 万，高居北京市第一，在全国可以排到前十名。

因为从事过零售行业，刘彤非常看重客户资源，不少客户都跟他成了朋友，“车主都是各行各业的能人，在 2010 年我要创造一个车主之间互动的平台，这样可以有更多的接触和碰撞”。

不同于别的 4S 店的车主讲堂，刘彤希望他的车主成为讲堂的老师，话题可以涉及各个领域，刘彤告诉记者，他的客户中有的人是企业管理方面的专家，也有熟悉养生、美容的，甚至还有形象方面的专家，这些都可以开设讲堂，让客户和 4S 店之间不再是简单的买卖关系，而是像朋友一样给客户提供一个展示的平台。

刘彤说，这是他和他的同事在 2010 年势必必要完成的事情。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

括，更换玻璃水、四轮定位、检查水箱、更换防冻液等比较基本的养护项目，且所有的服务也都是免费的。

“每个村子差不多要有 100 辆车接受免费保养，我们每次上门服务光添加玻璃水一项就至少要 1000 块钱，另外还有一些人员成本。”王燕涛说。

目前，中润发斯柯达店已经走访了周围的三个居民区，所到之处都受到了居民的欢迎，“虽然每次就是拉一个店里的条幅，放几个座椅，但很多人都是提早就排好队了。”市场部经理何晓龙说。

2010 年，中润发斯柯达 4S 店还会把这项服务继续下去，希望能“以售后服务带动销售”。“毕竟斯柯达品牌进入中国市场比较晚，大部分地理位置都很偏，只有服务做得好，才能提高斯柯达的品牌认知度，逐渐被市场接受。”王燕涛说。”

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

有经销店的前列。“对于一个刚刚入网不到一年的经销商来说，有这样的成绩已经非常出色了。”上海汽车工业销售有限公司双龙汽车中国营销部总经理金晓黎对记者说。

对于经营的秘籍，叶晓峰坦言，他们不过是把双龙产品的优势通通展示在消费者面前罢了，而这些优势恰恰满足了消费者的需求。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

找房地产公司在楼盘内免费做荣威汽车的展示，省钱又有效

2008 年底，三鹿奶粉事件曝光之后，广东广物骏孚汽车销售服务有限公司打出了“买荣威送奶牛”的活动。当然，送奶牛并不是目的，利用事件营销手段吸引消费者眼球才是 4S 店希望达到的效果。

在市场推广方面，按照厂家要求，荣威经销商要达到“4+2+2”，即每月两次广告投放、不低于两次的外展、不低于两次的展厅活动。为了降低成本，广物骏孚找到了当地的一些房地产公司，在楼盘内免费做荣威汽车的展示。

广物骏孚最初以白云区楼盘为重点区域做巡展，向周围的房地产公司辐射，这样大大提高了荣威汽车的市场渗透力，也让这家 4S 店在广州一些楼盘内颇具知名度。

陈文福对记者表示，一年下来，节省了大量的广告费，效果还非常好，相信通过 2009 年一年的持续，在 2010 年的收效会更明显。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

它是 2009 年吉利渠道内的销售冠军，实际销量为 7777 台。对于这样的成绩，山东省吉利汽车超市有限公司总经理房立刚说法很朴实，“卖车比卖菜简单，因为菜放着会烂，但车放着不会坏”。

谈到经营法则，房立刚表示，首先吉利的市场定位与济南消费者的经济水平吻合，这就有了好的市场条件；在广告投放方面，吉利汽车超市频繁的投放平面广告，包括山东当地的报纸、杂志，“量不用太大，但一定要坚持，报纸上几乎每天都有我们的广告”；最后就是良好的售后服务，以赢得客户的口碑。

吉利的售后服务并不挣钱、甚至是赔钱。尽管这样，还是必须坚持做好售后服务。“一个满意的客户会带来更多的客户，这一数量不可小觑。”房立刚对记者说，如果总结成功的经验，就是四个字——用心、坚持。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

2009 年汽车销售的火爆场景还历历在目，但由此带动的汽车消费后市场却为消费者诟病不断。笔者以为，市场制度的不健全是一方面的原因，更重要是服务者们缺少了创新意识，因此想要制胜就难上加难。

