

双节带动租车市场升温 “易租车”催动集体走高



双节难遇 车辆难求

回顾十一前的调查不难发现,由于双节时间较长,租车市场需求旺盛,一片火热景象。“本想租一辆7座轿车,十一带着家人到北京周边玩一趟,结果跑了几家租车公司都没租到,没想到离假期还有半个月,车已经这么难租了。”家住北京市的王先生十一期间打算带着父母妻儿一起出游,可是租车车源很紧张。

和王先生有同样想法的人不在少数,在一家外企工作的小马也是自驾游的“驴友”之一。“这么长的假期真难得,而且十一秋高气爽正是出游的好时节,所以我们12-14个好朋友想好好利用这个长假出去放松心情,但是私家车不够,只能去租车。”

“今年十一长假,我父母要来北京,想租车带父母到各旅游景点转转。”平时上班选择地铁或公交的小张,提前一星期就开始咨询租车的事宜了。

租车需求日益上涨,租车市场车源紧张。记者随机走访几家汽车租赁公司的结果也证明了这一点。“从9月初开始,我们就开始接待十一租车预订业务,大部分在十一前预订完了,尤其像逍客、奇骏这样的城市SUV,能够轻松应对各种路面,还有新骊威家族劲逸版这样的七座车既可以全家出游又可以用作婚礼用车,所以非常抢手。”东风日产易租车工作人员告诉记者。

据了解,大多数租车的情况是自驾游、回家探亲、婚礼、练习驾驶等,每年“十一”假期都是汽车租赁的高峰,但今年汽车租赁生意不但来得早而且明显好于往年。汽车租赁行业业内人士介绍说,由于上半年天气情况不稳定,几个小长假自驾出行的人比往年有所减少。今年的中秋、十一两个假期时间较长,并且天气秋高气爽,人们的出行热情高涨是造成如今汽车租赁火爆的主要原因。



”

堪称“史上最长假期”的黄金周已渐行渐远,假期中记者在汽车市场却有新发现:长假外出旅游已经成为都市人放松心情的首选,这个长假汽车租赁市场也迎来了租车黄金旺季。无论是东风日产以专营店服务网络为支撑的易租车品牌服务,还是一嗨租车、至尊租车、神州租车等租赁公司都生意火爆,车辆出租率是平时的几倍。

业内人士分析认为,出现如此火爆的情况不足为奇,双节推动是重要原因之一,随着整个社会低碳环保理念和环保意识的不断加强,很多人把“公交+租车”当成一种时尚出行方式。另外,在国内汽车租赁市场日益成熟的趋势下,租赁公司也让消费者更便捷、更放心。

租车市场日渐成熟 品牌租赁备受推崇

随着绿色环保观念的深入人心,越来越多的人平时上班选择公共交通,而随着租车公司的不断升级和汽车租赁价格的不断降低,出游时选择租车的人也越来越多,北京租车市场需求逐步增加,租车市场也越来越成熟。

近期有数据显示,中秋节前一个周五晚高峰,北京市区拥堵路段峰值超过140条,刷新了采用限行措施以来的最高纪录,拥堵的交通状况促使消费者出行习惯逐步改变。随之,越来越多的都市人选择了“地铁+租车”、“公交+租车”这样的低碳出行模式。在他们看来,不一定非要开车上下班,不一定非要住在南三环开车去北四环上班,参加活动、外出旅游可能会租

车或者搭车。

记者曾在一家朝阳区的易租车品牌店了解到,车队使用的是全新车,包括一些进口车型,并且该品牌是以专营店服务网络和服务能力为支撑,客户有了保障。另一方面,拥有原厂的保养及原厂的技术服务,所以驾驶感受方面优势非常明显,把成本带来的优势体现为顾客的利益考虑上。据介绍,截至2010年8月份,东风日产易租车品牌已有13个营业网点,分布在北京、广州、深圳、东莞、西安、成都、德阳、武汉八个城市。

目前,市场上办理租车手续非常便捷,只要出具身份证、驾照和本人足够额度的信用卡就可以,而且租到的还是车况

非常好的新车。在费用方面,以一辆七座新骊威劲逸版为例,十一期间既可以用作“2+2+1”模式的家庭自驾游,又可以用作结婚用车,十分抢手,1-7天的市场价格为390元/天,如果30天以上价格仅为254元/天,持易租车会员卡还有98折的优惠。

业内人士分析认为:租车正逐渐成为一种时尚的出行方式。以往汽车租赁市场混乱,导致消费者对汽车租赁抱有怀疑态度,如今汽车租赁品牌发展越来越完善,无论从规模上还是产品的品质上都更为可靠,租车手续也更为便捷,价格更为合理,所以像易租车这样有专营店网络为支撑的服务品牌生意越来越红火也在情理之中。

感心服务再延伸 东风日产勇立行业服务新标杆

一直以来,东风日产都走在汽车行业水平事业及售后服务行业的前列,此次“易租车”品牌的启动是其又一创新之举,基于已有专营店服务网络和服务能力开展汽车租赁服务。这不仅丰富了东风日产水平事业的业务内容,也让我们看到东风日产服务升级的步伐迈得更加开阔而坚定。

据悉,秉持东风日产“技术日产·人·车·生活”的品牌内涵及“原厂品质,服务随行”的经营理念,“易租车”以东风日产保有客户与潜在客户为主要服务对象,提供东风日产全线车系,保证原厂的产品品质,以专营店服务网络和服务能力为支撑,旨在为客户提供全程专业畅捷的汽车租赁服务,解决消费者商务出行、公务接待、旅游度假、维修代步、新车体验等多元化租车需求。

“易租车”品牌服务是东风日产“感心

服务”延伸的体现。2009年是东风日产的“品牌年”,东风日产的品牌主张是“技术日产·人·车·生活”,即以国际领先的人性化科技,为中国消费者持续创造丰富多彩的移动生活。在未来的三五年之内,东风日产将以提升企业品牌形象为核心,全面构建以“舒心驾乘、放心品质、感心服务”为特色的“NISSAN三维价值体系”。

其中,“感心服务”是指东风日产从销售、售后到增值服务各个方面,为消费者提供买车、用车、修车、养车、换车的全方位体贴服务。“感心服务”是“NISSAN三维价值体系”中至关重要的价值体系之一,将对品牌形象的建立和巩固起到显著的意义和作用。

而“易租车”品牌旨在为NISSAN保有客户以及潜在客户提供各种有效的行车解决方案,“易租车”品牌是对“感心服务”理念的延伸与升级,有力地支持了“感心

服务”理念的贯彻实践。东风日产持续实践着对市场和消费者的“NISSAN三维价值体系”的承诺,将不断助力东风日产服务品牌的新跨越。

如今东风日产的二手车置换、汽车金融及保险业务已走在同行业前列,逐渐成为了企业新的业绩增长点。此前,东风日产已经连续三届蝉联“金扳手”奖项以及“2009中国汽车服务金手指奖”的最高奖项——“年度最佳品牌二手车奖”,这正是对东风日产服务方面的肯定与鼓励。

业内人士认为,东风日产“易租车”品牌的启动,标志着主流乘用车厂家以创新模式进入汽车租赁行业,进一步拓宽了汽车后市场领域。随着东风日产这样实力雄厚的汽车厂商在汽车租赁市场不断地深耕细作,汽车租赁市场将更加规范,蓬勃发展,消费者也将轻松易享各种汽车租赁服务。